

## التخطيط الاستراتيجي ٩

### طرق التواصل والمشاركة الجيدة

يشير التخطيط الاستراتيجي إلى الأهمية

الجوهرية لمعرفة هوية أصحاب المصلحة ومقدار مشاركة المستخدم وطرق التواصل الاستراتيجية وذلك من أجل تقديم خطط مفيدة ومتكاملة عن إدارة المعلومات المكانية على المستوى الوطني والمستوى الداخلي بنجاح لتحقيق التنمية المستدامة على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي والبيئي.

يتمثل الهدف من التخطيط الاستراتيجي في التأكد من تحقيق التواصل والمشاركة الفعالة والمؤثرة من قبل جميع أصحاب المصلحة من أجل تعزيز وتحسين مشاركتها ومساهمتها على جميع المستويات. تشمل العوامل الأساسية تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية داخل المنظمات ومع أصحاب المصلحة على الالتزام والتفاهم المتبادل والتعاون والتكاتف والتواصل الجيد.

### ملخص التخطيط الاستراتيجي

تقوم طرق التواصل والمشاركة الجيدة بتحسين وتوطيد العلاقات الفعالة والتعاونية والقائمة على الثقة مع أصحاب المصلحة. وتعمل طرق التواصل والمشاركة الجيدة، إذا تم تنفيذها وتطبيقها بشكل صحيح، على إقناع أصحاب المصلحة بالاستثمار في المعلومات المكانية وتطبيقاتها. تزيد طرق التواصل والمشاركة الجيدة من التوعية وتشجيع هذه الأفكار (تأييدها) داخل المجتمع والأعمال التجارية ولدى العاملين في هذا المجال وصانعي القرار والسياسيين المعنيين بالأمر، بالإضافة إلى المساهمات والفوائد الخاصة بإدارة المعلومات المكانية المتكاملة على جميع المستويات. وتعمل طرق التخطيط الاستراتيجي على تطبيق هذه الأمور في ظل العادات والتقاليد المجتمعية المتغيرة بشكل سريع والتوقعات الاقتصادية وفي ضوء العديد من الخطط والأولويات التنافسية.

يشكل الحصول على الاعتراف السياسي والمالي بالحاجة إلى المعلومات المكانية المتكاملة تحديًا يتم مواجهته على المستويات المحلية والمستويات العالمية. من الطبيعي أن تكون الخطة الفعالة لاستراتيجية التواصل الجيد وتنفيذها من الطبيعي أن تكون استراتيجية رئيسية لضمان نجاح تنفيذ البرنامج الجغرافي المكاني. يعتبر استخدام طرق التواصل الاستراتيجي والاحترافي وسرد القصص الملهمة ذات الصلة وإيجاد شخصيات مشهورة ومؤثرة مفهوم وطريقة غير مألوفة وغير قابلة للتطبيق بالنسبة للعاملين في المعلومات المكانية والمجتمع الخاص بهم. ومع ذلك تعتبر هذه الأمور مهمة جدًا لدعم الحاجة إلى المعلومات المكانية. يهدف التخطيط الاستراتيجي إلى المساعدة في معالجة هذه المشكلات.

يتطلب ترسيخ مبدأ الالتزام والتفاهم المتبادل والتعاون بين أصحاب المصلحة من أجل تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية بنجاح، وجود أربعة عناصر رئيسية مشتركة بين جميع برامج التواصل والمشاركة الجيدة، وتشمل هذه العناصر ما يلي:

- **أصحاب المصلحة ومقدار مشاركة المستخدم** – حيث تعمل على تحديد وتطوير العلاقات وتعزيز التحالفات مع المؤيدين والشركاء والمستخدمين والأطراف الثالثة (الغير). يلزم استمرار نشاط ومقدار مشاركة المستخدم وأصحاب المصلحة، حيث تتنوع والمزايا والفوائد والاحتياجات والدوافع وسوف تتغير وتتطور باستمرار بمرور الزمن.

- **نظم الاتصال الاستراتيجي والمشاركة الجيدة**- حيث تسعى إلى تطوير عملية سرد نظم الاتصال بطريقة واضحة وموجزة ومقنعة تستهدف جميع فئات الجمهور وجميع المستويات بهدف الحصول على قبول وتأييد أولي والحفاظ على الدعم أثناء عملية التنفيذ من خلال النظام المُتبّع في تبادل المعلومات وتلقيها بمهنية.
- **نظام وخطط واستراتيجية طرق التواصل** - حيث أن لها أهمية جوهرية في التأثير على المفاهيم، وتأييد أهمية طرق التواصل والمشاركة الجيدة، وزيادة مستوى الموافقة واعتماد المعلومات المكانية المتكاملة. كما يمكن إنشاء خطط فعالة لطرق التواصل وأنظمة أكثر كفاءة صُممت خصيصاً لتلبية احتياجات ومصالح أصحاب المصلحة، وذلك من خلال وضع استراتيجية تطلعية لطرق التواصل والمشاركة الجيدة.
- **نظام المراقبة والتقييم** - تحدد مقاييس ومعايير الأداء لتقييم فعالية وكفاءة استراتيجيات ونظم الاتصال وخطط وأساليب طرق التواصل والمشاركة الجيدة. حيث يهدف نظام المراقبة والتقييم إلى التحسين المستمر لضمان مواكبة طرق التواصل والمشاركة الجيدة في مختلف الأوقات مع مرور الزمن مع الحفاظ على استراتيجية نظام المراقبة والتقييم بشكل هادف وفعال.
- تقوم هذه العناصر الرئيسية الأربعة والمشاركة بين جميع برامج التواصل والمشاركة الجيدة على مبادئ تعزز من أهمية طرق التواصل الناجح ومقدار مشاركة المستخدمين وأصحاب المصلحة التي قد تُعتمد بواسطة كل بلد. يتم وضع مبادئ طرق التواصل والمشاركة الجيدة موضع التنفيذ من خلال العديد من الإجراءات الاستراتيجية التي تقدم وتعزز المشاركة والالتزام بإنشاء إطار متكامل للمعلومات المكانية (IGIF). يوضح الرسم التوضيحي رقم ١,٩ الشكل الأساسي العام لطرق التواصل والمشاركة الجيدة.
- عند تنفيذ الإجراءات (والعمليات ذات الصلة<sup>١</sup>) المتعلقة والخاصة بالعناصر الرئيسية الأربعة والتي بدورها ستؤدي إلى فوائد ومزايا وطنية ملحوظة ودائمة ومستمرة بالبلد.
- وتتضمن هذه النتائج ما يلي:
- رفع مستوى الوعي والإدراك والمشاركة النشطة في عملية تعزيز وتحسين إدارة المعلومات المكانية؛
- رفع وزيادة معدل الثقة في المعلومات المُعلنة من القطاع الحكومي وزيادة نسبة استخدامها داخل المصالح الحكومية ومع أصحاب المصلحة.
- تعزيز فرص التعاون مع القطاعات الخاصة والعلمية والأكاديمية والبحثية، مما يؤدي إلى زيادة الفرص والابتكارات والإنجازات.
- تعزيز المشاركة الجيدة باستمرار، والبقاء على معرفة المستجديات، والقدرة على المساهمة وتبادل المعلومات وإدراجها في مجال صناعة السياسات والبرامج المكانية.
- تعزيز العلاقات الإيجابية داخل القطاعات الحكومية وبين كلاً من القطاعات الحكومية وأصحاب المصلحة مما يؤدي إلى زيادة معدل الكفاءة والفعالية.



١ تم إدراج مثال يفسر ماهية الإجراءات والعمليات ذات الصلة المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجية في الفصل التمهيدي، تقديم لجابة لقسم الأسئلة المُدونة: الاطلاع على دليل التنفيذ.



الشكل التوضيحي رقم ٩, ١: مخطط النظام الأساسي لاستراتيجية طرق التواصل والمشاركة الجيدة - يوضح الشكل التخطيطي العناصر الأساسية الأربعة والمبادئ التوجيهية والتدابير والإجراءات المترابطة والأدوات والمواد المذكورة في الملاحق المرفقة لدعم وتحقيق الفوائد والعوائد المرجوة.

## ١,٩ المقدمة

تتمثل طرق التواصل

والمشاركة الجيدة في

تطوير علاقات تعاونية

مثمرة ومستمرة تؤدي إلى

معرفة المؤشرات

الإحصائية (التوجهات

"التريندز") والتحديات

الناشئة.

تشتمل طرق التواصل والمشاركة الجيدة على عمليات تطوير علاقات بناءة وتعاونية ودائمة وموثوق بها مع أصحاب المصلحة. يقصد بمصطلح "أصحاب المصلحة" أشخاص ومجموعات ومؤسسات تنتفع بالمعلومات المكانية.

- حيث يتم جمع المعلومات المكانية وإدارتها واستخدامها- للاستفادة منها لتحقيق الاحتياجات السياسية والأهداف الاستثمارية. كما يتضمن مصطلح أصحاب المصلحة على صناع القرار والمستخدمين للمعلومات المكانية. تضمن أصحاب المصلحة أيضًا الجهات المستفيدة من القرارات المتعلقة والصادرة وفقًا للمعلومات المكانية المتكاملة.

يساعد فهم احتياجات واهتمامات أصحاب المصلحة على تحسين النتائج الحكومية الشاملة المختصة بالإدارة الشاملة للمعلومات المكانية وتحديد المخاطر الخارجية المحتملة وإدارتها. يمكن أن تكون أيضًا أساسًا للتعاون وعقد الشراكات في المستقبل (انظر المواصفات: ٧، عقد شراكات). يمكن تحديد المؤشرات الإحصائية (التوجهات "التريندز") والتحديات الناشئة التي تؤثر على إدارة المعلومات المكانية في الوقت الراهن أو المستقبل من خلال المشاركة الجيدة.

يتمثل مفهوم طرق التواصل والمشاركة الجيدة في تأسيس علاقات بناءة والحفاظ عليها بمرور الزمن بالإضافة إلى اعتمادها في وقت مبكر والحفاظ عليها طوال عملية تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية (IGIF) ودعمها. يقصد بمصطلح طرق التواصل والمشاركة الجيدة عملية مستمرة ومتطورة بين جميع أصحاب المصلحة والمستخدمين، حيث تمتد طوال فترة تطوير وتحسين وتعزيز إدارة المعلومات المكانية المتكاملة على المستوى الوطني.

تتطور طرق ووسائل التواصل والمشاركة الجيدة الفعالة فعليًا على العديد من المستويات. تشهد العديد من البلدان زيادة مستويات الفهم والإدراك للمعلومات المكانية وطرق استخدامها، مما أدى إلى زيادة عدد المتخصصين في المكانية ومحلي البيانات ممن يستخدمون البيانات المكانية ويساهمون في تطويرها. تزيد طرق التواصل والمشاركة الجيدة من التوعية وتشجع هذه الأفكار (تأييدها) من تثقيف أصحاب المصلحة بشأن ماهية المعلومات المكانية والسبب الرئيسي وراء أهميتها والفوائد المرجوة من استخدامها. ويتعين بذل المزيد من الجهود لتطويرها.

يحتاج المجتمع الجغرافي المكاني إلى بذل المزيد من الجهود، باعتباره أحد المالكين المستثمرين، لتطويره والحصول على مزاياه، وتتمثل هذه الجهود في رفع مستوى الفهم والإدراك وتشجيع (تأييد) عوائد وفوائد المعلومات المكانية. ولذا، ينبغي توطيد وإنشاء تحالفات واستراتيجيات جديدة مع أصحاب المصلحة، ولا سيما على المستوى السياسي ومستوى صانعي القرار. تحتاج العديد من المسائل الفنية والقانونية والمسائل المتعلقة بالسياسات إلى دراسة ورقابة وتتطلب إسهامات ودعم مجموعة كبيرة من الخبراء في مختلف التخصصات والقطاعات.

كما يتغير تنوع مجتمع المستخدمين ويتأثر الطريقة والتكرار والأنظمة المتبعة في المشاركة وطرق التواصل مع أصحاب المصلحة. يلزم أن تكون استراتيجية وخطط وأساليب طرق التواصل والمشاركة الجيدة بعيدة المدى وشاملة ومتنوعة أكثر من أي وقت مضى؛ كما تعد حاسمة في تنفيذ عناصر ومكونات وإجراءات إدارة المعلومات المكانية المتكاملة.

قد تجهل العديد من المنظمات ماهية المعلومات المكانية أو كيفية الاستفادة فعليًا من استخدامها على مستوى جميع القطاعات الحكومية. تؤدي طرق التواصل والمشاركة الجيدة والإعلام والتشجيع (والتأييد) والتنقيف من خلال وضع استراتيجيات وخطط تواصل وأساليب وقنوات فعالة إلى إدراك ودعم وتشجيع الجهود المبذولة في تصميم وتنفيذ المعلومات المكانية والحفاظ عليها.

قد تشارك المنظمات والكيانات، بما في ذلك المنظمات الداخلية (المحلية) غير الحكومية ووكالات التنمية الإقليمية والدولية أو الجهات المانحة والهيئات الخيرية لمدة أو فترة معينة، حيث قد يستفيد القطاع الجغرافي المكاني من تنفيذ وإعداد بيئة شاملة وقائمة على مشاركة البلدان النامية على وجه الخصوص. وبالتالي، قد تتعارض النظم (الطريقة) المتبعة بشكل كبير مع عملية التطوير دون فهم وإدراك مفهوم برامج ومشاريع التنمية - سواء كانت تلك النظم المتبعة تعتمد على مبادرات وتوجيهات بالغة الأهمية أو صغيرة، استراتيجية أو تكتيكية.

يعد وضع الخطط ومقترحات المشروع والعوائد والفوائد الناجمة عن طرق التواصل أمرًا بالغ الأهمية لتنفيذ بنجاح الإطار المتكامل للمعلومات المكانية (IGIF). تقدم طرق التواصل والمشاركة الجيدة مع أصحاب المصلحة خلال هذه العملية معلومات إضافية ورؤية أفضل وتضيف المزيد إلى قائمة الاحتياجات والتوقعات في كثير من الأحيان. يتمثل الهدف المتعلق بوضع الخطط والمقترحات الخاصة بالمشاريع بوضوح في إبلاغ وإعلام وتنقيف أصحاب المصلحة بالهدف والمهام الرئيسية وتشجيعهم على توفير الدعم وتقديم الملاحظات "التغذية العكسية" ذات الصلة.

غالبًا ما تشجع مشاركة عوائد وفوائد الأنشطة المحددة والنتائج المترتبة عليها استمرارية عملية التطوير والتحسين المستمر، حيث يُعد ذلك أمرًا مهمًا في تعزيز الإدارة المتكاملة للمعلومات المكانية، الأمر الذي يتطلب اتباع نُظم مُحددة متعددة الجوانب لتحقيق المشاركة الجيدة.

## ٢,٩ سياق طرق التواصل والمشاركة الجيدة واسبابها المقنعة

تعد استراتيجية وخطة طرق التواصل والمشاركة الجيدة المتكاملة عنصرًا أساسيًا في تعزيز المجتمع الفعال والنشط الخاص بأصحاب المصلحة.

لم تكن استراتيجيات طرق التواصل والمشاركة الجيدة، في العديد من البلدان، كافية لرفع مستوى الفهم والإدراك وتشجيع (تأييد) الفوائد المرجوة من المعلومات المكانية. ونتيجة لذلك، فإن مفهوم إنشاء منتجات وخدمات متعلقة بالمعلومات المكانية غير مفهوم جيدًا، وليس فعالًا ومناسبًا بشكل كافٍ لتلبية الهدف الرئيسي والغاية المرجوة منه.

كثيرًا ما تتسم روابط وطرق التواصل بين المستويات الفنية والسياسية ومستويات صناعة القرار على المستوى الحكومي والمهني الجغرافي بالضعف. علم المكانية هو نظام معقد ويُساء فهمه في أغلب الأوقات. يواجه الممارسون والدارسون، غالبًا، تحديات ناجمة عن الحاجة إلى شرح موضوع (المكانية) تقني نسبيًا بلغة العمل اليومية. حيث يتم إغفال الرسائل والأهداف الاستراتيجية الرئيسية عند استخدام في أغلب الأوقات الأوصاف التقنية المطولة وغير الضرورية. لذا، يستمر عدم التواصل والانفصال عن المستويات السياسية العامة ومستوى السياسات المحلية ومستويات صناعة القرار في القطاعات الحكومية.



مما أدى إلى انخفاض مستويات التأييد والتشجيع السياسي وعدم كفاية الدعم والتأييد والتمويل المُقدم والموارد المحدودة وسوء تنفيذ مشاريع التنمية المكانية. لذا يمكن تحقيق المثل القائل " ليس من العقل والمنطق ان اقوم بتوظيف اذكياؤ لأخبرهم بما عليهم القيام بفعله، نحن نقوم بتوظيف الاذكياؤ وذوي الخبرة ليخبرونا بما يجب علينا القيام به" (أعط الفوس باريها) فقط إذا أدركت ذلك أصحاب المصلحة وتمكنت من إيصال الأهداف والرسائل الرئيسية التي تؤدي إلى مستويات فعالة وناجحة من الإدراك والفهم للحصول على الدعم (التشجيع والتأييد) اللازم.

في حين أن العديد من مجموعات أصحاب المصلحة التقليدية تدرك فعليًا مفهوم المعلومات المكانية، إلا أنه يتطلب المشاركة الجيدة مع أصحاب المصلحة في التخصصات الأخرى، مثل مخاطر الكوارث وإدارتها والتغلب عليها والإحصاءات والبيئة وقطاعات النقل، حيث تتأثر السياسة والتخطيط بتلك التخصصات ويحتاجون إلى معرفة موقع الأشخاص والأحداث والأنشطة المهمة. تمتلك القطاعات الأخرى، مثل قطاعات الأعمال والاقتصاد والزراعة احتياجات ماسة لفهم وتطبيق المعلومات المكانية، ولكنها قد لا تدرك لماذا أو كيف يمكن دعم احتياجاتها في الوقت الحالي. يمكن أن تؤدي طرق التواصل والمشاركة الجيدة في هذه القطاعات إلى نتائج وعود وتأثيرات ملحوظة.

قد تعزز استراتيجية مشاركة المستخدمين وأصحاب المصلحة وخطط التواصل إنشاء وتأسيس مجتمع فعال ونشط للجهات المعنية (المستثمرين). حيث يبدأ ذلك بالتعريف الأولي للأفراد والجماعات والمنظمات التي ستعمل على رفع وزيادة مستويات الفهم والإدراك والتشجيع (التأييد) لإدارة المعلومات المكانية. حيث توتي ثمارها ونتائجها عند تنفيذ السياسات والبرامج والتقنيات والعمليات والمعايير والمشاريع الخاصة بإنشاء قاعدة بيانات متعددة من المعلومات المكانية التي يمكن الوصول إليها واستخدامها وإعادة استخدام البيانات الواردة بها.

تعد مشاركة أصحاب المصلحة والمستخدمين واستراتيجية وخطة التواصل، بالإضافة إلى زيادة ورفع الوعي بمفهوم المعلومات المكانية، آليات مستخدمة تحث على فهم وإدراك متطلبات كل مجموعة من مجموعات أصحاب المصلحة وأولوياتهم. حيث يضمن ذلك إمكانية اتخاذ القرارات الصحيحة، المتعلقة بالبيانات والتطبيقات والأنظمة المُستخدمة والإجراءات المقترحة، لتحقيق سريعًا الأهداف والفوائد المرجوة.

ينبغي الإشارة إلى احتمالية اختلاف متطلبات وأهداف التواصل والمشاركة الجيدة بين المستخدمين المهنيين وغير المحترفين وبين القطاعات الحكومية والشركات التجارية والمواطنين، مما يتطلب إجراء تقييمًا منظمًا لتحديد احتياجات أصحاب المصلحة. يعد هذا التقييم مهمة طويلة المدى (مستمرة). كما تزداد أيضًا، مع ازدهار وزيادة عدد المستخدمين وتطور الأساليب والآليات المُطبقة، توجهات وأعمال المستخدمين ومستويات إدراكهم لإمكانات وفوائد المعلومات المكانية - التي تتطلب مراقبة وتقييمًا منتظمًا لاستراتيجيات المشاركة الجيدة المستمرة.

ينبغي الإشارة إلى أن أصحاب المصلحة يحققون فائدة كبيرة من قدرتهم على المشاركة الجيدة والمساهمة مباشرة في تطوير السياسات والبرامج. حيث توفر آليات ووسائل طرق التواصل والمشاركة الجيدة فرصة أكبر للمشاركة في العمليات التشغيلية التابعة للحكومة وزيادة مستويات الإدراك والفهم والتشجيع نحو الأعمال الحكومية وفرصة التأثير على السياسات والعمليات الحكومية. تُعد مشاركة العوائد والفوائد المرجوة من تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية صعبة وفقًا لخطة العمل على المستوى القطري؛ ويجب أن يتعلم أخصائيي المكانية التحدث كما يتحدث صناع السياسات وبلغتهم.

تؤدي الأنظم المتبعة في طرق التواصل والمشاركة الجيدة، في أغلب الأحيان، إلى تأسيس شركات محتملة من خلال تحديد أوجه التعاون والتوافق بين أصحاب المصلحة والأعمال والمهام الحكومية. وقد ينتج عنه

استنتاج ومعرفة حلول ونتائج أكثر تكاملاً وشمولية بالإضافة إلى تزايد احتمالية ابتكار منتجات وخدمات ناجمة عن المعرفة والمهارات والتفكير الاستراتيجي المشترك.

تتمتع الهيئات والجهات الحكومية بالفتح والشفافية والاستجابة والخضوع للمساءلة، عندما يتم تنفيذ بشكل ملائم استراتيجيات وخطط وآليات طرق التواصل والمشاركة الجيدة، حيث تصبح الهيئات والجهات الحكومية تقدر إسهامات المجتمع وتهتم بتوقعات أفرادها. على سبيل المثال، تدعم وتشجع الأمم المتحدة الشفافية والانفتاح والشمول ومشاركة المعلومات والشراكات من خلال تشجيع الدول الأعضاء على إقامة منتديات وحوارات رفيعة المستوى ومتعددة أصحاب المصلحة بانتظام بشأن إدارة المعلومات المكانية العالمية، مشتملاً على عقد منتديات عالمية. حيث تهدف إلى تعزيز الحوار الشامل بين الدول الأعضاء من جانب، وبين الدول الأعضاء والمنظمات الدولية ومنظمة الأمم المتحدة من جانب آخر. ٢

### ٣.٩ النظام المتبع للتخطيط الاستراتيجي

يكون النظام المتبع، في هذا التخطيط الاستراتيجي، قائماً على تشجيع تقديم المزيد من المساهمات والمشاركات من أصحاب المصلحة لاتخاذ قرارات شاملة وشفافة عبر تنفيذ عمليات التواصل والمشاركة بفعالية وكفاءة بدرجة تضمن تأييد وتشجيع أصحاب المصلحة والتزامهم، وتحدد أيضاً الإطار المتكامل للمعلومات المكانية (IGIF) كنموذج نوعي جديد وفريد يهدف إلى "ممارسة الأعمال".

تشتمل النظم (الطريقة) المتبع على أربعة عناصر رئيسية ويعتبر بمثابة دليل إرشادي للبلدان لضمان أن أصحاب المصلحة والمجتمع العام جزء لا يتجزأ من تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية (IGIF). وتشمل هذه العناصر على تحديد وزيادة مشاركة أصحاب المصلحة والمستخدمين وتطوير الأهداف الاستراتيجية والمشاركة الجيدة واستراتيجيات طرق التواصل الفعال والخطط والأساليب وعمليات المراقبة والمتابعة والتقييم المستمر. تم شرح هذه العناصر بمزيد من التفصيل في القسم: ٣,٩ أدناه. تخضع الأنظمة المتبعة، كما هو الحال مع جميع عمليات التخطيط الاستراتيجية، المتعلقة بتنفيذ التخطيط الاستراتيجي للعادات والتقاليد البيئية الوطنية بداخل كل بلد. قد تتأثر الأولويات والاحتياجات الخاصة بكل بلد بالقدرات المتاحة والموارد المحتملة والثقافة وغيرها من الجوانب العملية الأخرى.

تتضمن الأنظمة المتبعة للتخطيط الاستراتيجي إجراءات موصي بها لتنفيذ عملية التخطيط الاستراتيجي ولتحقيق متطلبات العناصر الأربعة الرئيسية. تُقدم وتوفر الأنظمة المتبعة، القائمة على المبادئ التوجيهية، أعمال وإجراءات تدريجية لتنفيذ النتائج المرجوة. يتوفر العديد من الإجراءات المترابطة و / أو التدابير المحددة والموضحة، بالرغم من أن معظم هذه الإجراءات والأعمال تُميز فعلياً التخطيط الاستراتيجي، في أنظمة التخطيط الاستراتيجي الأخرى التي قد تحتاج أيضاً إلى إتمامها قبل أو بالتزامن مع أعمال التخطيط الاستراتيجي.

٢ قرار المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة رقم ٢٤/٢٠١١ بإنشاء لجنة الأمم المتحدة للخبراء المعنية بإدارة المعلومات المكانية العالمية في يوليو ٢٠١١.

ينبغي تشجيع أصحاب المصلحة لتقديم المزيد من المساهمات لتحقيق الشفافية أثناء صناعة القرار من خلال اتباع بفعالية وكفاءة إجراءات طرق التواصل والمشاركة الجيدة.

تتوفر أدوات ومواد للمساعدة في إتمام الإجراءات المذكورة في الملاحق المرفقة بالتخطيط الاستراتيجي. النظم المُتبعة في التخطيط الاستراتيجي ٩: تم توضيح طرق التواصل والمشاركة الجيدة في الشكل التوضيحي رقم ٢,٩ وفي الأقسام التالية.

## ٤,٩ العناصر

### ٩, ٤, ٩, ٤ أصحاب المصلحة ومقدار مشاركة المستخدمين

تؤدي مشاركة كلاً من أصحاب المصلحة والمستخدمين إلى زيادة وتقوية العلاقات واتفاقات التعاون التي تتم بين الشركات المتحالفة والمستخدمين والشركاء والأطراف الأخرى. نظرًا إلى أن الهدف الأساسي لإدارة المعلومات المكانية المتكاملة على المستوى الوطني، هو وضع أساس داعم بحيث يتم في ضوئه مبادرة أصحاب المصلحة المختلفة للمشاركة وتحديد الأولويات وإدارة التوقعات. ولذا، سوف تتغير الميول والاهتمامات والمتطلبات والدوافع، ويتم تطويرها بصفة مستمرة ومن حين لآخر.

تلعب أصحاب المصلحة دورًا فعالاً في تطوير وتقوية إدارة المعلومات المكانية المتكاملة.

تلعب أصحاب المصلحة دورًا فعالاً في تطوير وتحسين إدارة المعلومات المكانية المتكاملة، حيث أن دعم وتأييد مثل هذه الجهات (المستثمرين) والتزامهم وتشجيعهم هو الركيزة الأساسية لتحقيق أقصى استفادة من المعلومات المكانية. تشكل أصحاب المصلحة والمستخدمين من الخبراء المتخصصين في العديد من المجالات، حيث يمكن الاستفادة من وجهات نظرهم واقتراحاتهم وخبرتهم الواسعة. تتضمن أصحاب المصلحة على السياسيين و صانعي القرار السياسي و المنظمات الحكومية والعاملين فيها والحكومة المحلية والوكالات البلدية أو الإقليمية والمنظمات الإنمائية والمؤسسات الخيرية و مستخدمي أنظمة المعلومات الجغرافية (المستخدمين المحترفين والعاديين) والمؤسسات العلمية والجامعات والمؤسسات البحثية وموردي القطاع الخاص (البيانات والتكنولوجيا والخدمات) ومستخدمي القطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية والمجموعات المتنوعة (مثل الموردين والمستخدمين والشركاء) والعملاء والمواطنين (على وجه الخصوص "المستفيدين"). تتضمن أصحاب المصلحة أيضًا صانعي القرار السياسي على المستوى الحكومي ومخصصي المعلومات المكانية.

من الضروري تحديد مسبقًا أصحاب المصلحة والمستخدمين، بما في ذلك المستخدمين المستجدين وتحليل درجة اهتماماتهم وتوقعاتهم وأهميتهم وأثارهم. قد تساهم أصحاب المصلحة في جمع و/أو إدارة و/أو نشر و/أو مشاركة المعلومات المكانية/أو استخدامها في تنفيذ الخدمات والبرامج على نطاق واسع. تختلف وجهات نظر أصحاب المصلحة من جميع النواحي الفنية والمتعلقة بالحكم والإدارة والسياسية والقانونية، وكذلك المالية والأعمال التجارية والتعليم ووجهات النظر الخاصة بالتوظيف، وما إلى ذلك.

ومع ذلك، لا يتم تحديد أو تعريف جميع أصحاب المصلحة مسبقًا في عملية إدارة المعلومات المكانية نظرًا إلى احتمالية ظهور جهات معنية أخرى كلما أخذت مشاركات المستخدمين في التقدم والازدهار. ويجب أخذ هذا الأمر في عين الاعتبار مع بذل قصارى الجهود لتعزيز وضمان وجود بيئة متكاملة وقائمة على مبدأ المشاركة بين جميع فئات أصحاب المصلحة.



## النتائج

- زيادة الوعي والمشاركة الفعالة في تعزيز إدارة المعلومات الجغرافية المكانية (الجيومكانية).
- رفع مستوى الثقة والموثوقية وزيادة استخدام المعلومات الجغرافية المكانية (الجيومكانية).
- تعزيز وتقوية التعاون مما يؤدي إلى زيادة الفرص والابتكارات والإنجازات.
- تعزيز المشاركة الجيدة باستمرار والقدرة على المساهمة وتبادل المعلومات وإدراجها في مجال إعداد السياسات والبرامج الجغرافية المكانية (الجيومكانية).
- علاقات إيجابية تؤدي إلى زيادة الكفاءة والفاعلية

## العناصر

- الجهات المعنية (المستثمرين) ومقدار مشاركة المستخدم.
- نظم الاتصال الاستراتيجي والمشاركة الجيدة.
- نظام وخطط واستراتيجية طرق التواصل.
- عملية المراقبة والتقييم.

## المبادئ التوجيهية

- الموثوقية والشفافية.
- إضفاء الطابع الشخصي والتشاركي.
- الشمولية والمحايدة.
- أهمية التواصل والمشاركة وتقديمه في الوقت المناسب.
- التنسيق والاتساق.
- التواصل والمشاركة الهادفة والفعالة.
- قابلية التكيف وسرعة الاستجابة.

## الإجراءات

### توفير القيادة

- استراتيجية المشاركة الفعالة.
- الفريق التوجيهي.
- التواصل الداخلي.

### فهم الفرص

- تحديد الجهات المعنية (المستثمرين).
- تحليل فئات الجهات المعنية (المستثمرين).

### إعداد وتحديد الاتجاه

- سياسة منصة المعلومات الجيومكانية.
- العلامة الدعائية والترويجية للمعلومات الجغرافية (الجيومكانية).
- الرسائل والأهداف الاستراتيجية.

### إعداد خطة عمل

- استراتيجية طرق التواصل.
- خطة التواصل.
- طرق ووسائل التواصل.

### رصد ومتابعة التقدم

- المراجعة والتقييم.
- استبيانات الجهات المعنية (المستثمرين).

### أهمية وقيمة التواصل

- تحليل الفوائد والعوائد.
- الدروس المستفادة.

- الرسائل والأهداف الاستراتيجية
- إعداد خطة عمل
- استراتيجية طرق التواصل
- خطة التواصل
- طرق ووسائل التواصل
- رصد ومتابعة التقدم
- المراجعة والتقييم
- استبيانات الجهات المعنية (المستثمرين)
- أهمية وقيمة التواصل
- تحليل الفوائد والعوائد
- الدروس المستفادة

## الأدوات

- فئات الجهات المعنية.
- تحديد الجهات المعنية وتصنيفهم.
- مصفوفة تحليل الجهات المعنية.
- تحليل الجهات المعنية والتواصل معهم.
- خطة التواصل مع الجهات المعنية.
- طرق التواصل.
- طرق التواصل - المزايا والمساوئ.
- المراجعة والتقييم: (المقارنة المرجعية).

## الإجراءات المترابطة

- استراتيجية إدارة المعلومات الجغرافية المكانية (التخطيط الاستراتيجي 1).
- مجلس الإدارة (التخطيط الاستراتيجي 1).
- وحدة التنسيق الجغرافي المكاني "الجيومكانية" (التخطيط الاستراتيجي 1).
- مجموعات فرق الخبراء (التخطيط الاستراتيجي 1).
- عملية تقييم التأثير الاجتماعي والاقتصادي (التخطيط الاستراتيجي 3).
- خطة الاستفادة من المزايا والمنافع (التخطيط الاستراتيجي 3).

- مجلس الإدارة (التخطيط الاستراتيجي 1).
- وحدة التنسيق الجغرافي المكاني "الجيومكانية" (التخطيط الاستراتيجي 1).
- مجموعات فرق الخبراء (التخطيط الاستراتيجي 1).
- عملية تقييم التأثير الاجتماعي والاقتصادي (التخطيط الاستراتيجي 3).
- خطة الاستفادة من المزايا والمنافع (التخطيط الاستراتيجي 3).

## ٢,٤,٩ التوصل الاستراتيجي والمشاركة الجيدة

تهدف عملية التوصل الاستراتيجي والمشاركة الجيدة إلى تطوير محتوى الرسائل والاهداف المُرسلة بطريقة واضحة وموجزة ومقنعة ومثيرة للاهتمام، حيث تستهدف جميع الفئات المختصة والجمهير لوضع وتأسيس تفاهم أولي واكتساب ثقة ودعم العملاء خلال فترة التنفيذ. ويمكن الاستفادة من ذلك في دعم وتطوير السياسات والاستراتيجيات المحلية. وبالتالي، تتطور وتُعرف العلامة التجارية والدعائية للمعلومات المكانية على المستوى المحلي. حيث تدعم العلامة التجارية والدعائية للمعلومات المكانية طريقة التوصل باستخدام الرسائل المقنعة والمشاركة الجيدة، مما يؤدي إلى زيادة محاولات "البحث عن ميول واهتمامات العملاء" الأولية لتحديد الأمور التي ستركز عليها إدارة المعلومات المكانية المتكاملة، ثم يتم إلقاء الضوء على متطلبات العملاء "الأكثر شيوعاً".

يوجد العديد من طرق التوصل الأخرى، بالإضافة إلى المشاركة الاستراتيجية، التي تمكن أصحاب المصلحة والمستخدمين والمجتمع المحلي عموماً من أن يكون لهم دور في المشاركة الفعالة والهادفة فيما يتعلق بطرق التوصل واتخاذ القرارات والمواقف، من أجل دعم وتطوير عملية إدارة المعلومات المكانية وتحقيق أقصى استفادة منها.

تعتمد استراتيجيات المشاركة على معدل الاستجابة وتلبية المتطلبات الحالية والمستقبلية للجهات المعنية (المستثمرين) والمستخدمين، كما تركز أيضاً على توفير وإتاحة فرص للجهات المعنية (المستثمرين) حتى يكون لهم دور في إنجاز عملية إدارة المعلومات المكانية المتكاملة وتحديد أولوياتها. تُعد استراتيجيات المشاركة، أمراً مهماً، هي آليات ضمان تطوير سياسات واستراتيجيات المعلومات المكانية وفقاً للمبدأ القائم على المشورة.

تشتمل استراتيجيات المشاركة المتكاملة على طرق تواصل إيجابية ومستمرة على مدار فترات طويلة من الزمن. تعمل استراتيجيات المشاركة بدورها على تعزيز الشراكات والتعاون وصنع قرارات حاسمة بشأن التوصل إلى أفضل الطرق لتطوير وتعزيز إدارة المعلومات المكانية مع تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية. تشتمل هذه الاستراتيجيات على ما يلي: (أ) إعلام وتثقيف أصحاب المصلحة باستخدام طرق التوصل أحادية الاتجاه (ب) تبني المبدأ القائم على المشورة للحصول على المعلومات والملاحظات من قبل أصحاب المصلحة باستخدام طرق التوصل ثنائية الاتجاه (ج) تضمين أصحاب المصلحة بصورة مباشرة ومستمرة باستخدام طرق التوصل ثنائية الجانب أو طرق التوصل متعددة المؤشرات الإحصائية (التوجهات "التريندز") بحيث تتم عملية التعلم لكلا الجانبين (د) التعاون من خلال تضافر الجهود لتوفير فرص من شأنها تطوير الحلول والمضي قدماً ؛ و (هـ) تفويض أصحاب المصلحة ومنحها السلطة بشأن اتخاذ القرارات و/أو تحمل المسؤوليات و/أو اتخاذ الإجراءات في بعض القضايا (IAP٢, ٢٠٠٧).

تستطيع البلدان، من خلال استخدام استراتيجيات المشاركة المتكاملة، توفير فرص للأفراد والمنظمات والمجموعات الأخرى للمساهمة في تطوير سياسات وبرامج استراتيجيات التوصل، بالإضافة إلى نشر الوعي وتحفيز الدوافع وتحسين طرق التوصل بهدف تسهيل عملية التنفيذ والتركيز على المفاهيم الأساسية التي تبرز أسباب التغيير. يجب أن تكون طرق التوصل القائمة على إرسال رسائل استراتيجية ومناسبة للموقف والظروف وصادقة غير مزيفة (مطابقة لواقع) لضمان كسب ثقة العملاء.

التوصل الاستراتيجي

عن طريق استخدام

رسائل مقنعة ومثيرة

للاهتمام للحصول على

دعم وتأييد أصحاب

المصلحة

"تلتزم الحكومة

البريطانية بتنفيذ وإدارة

الأعمال المتعلقة

بالمكانية الواردة في

جدول أعمالها.....

وهذه هي نقطة انطلاق

المكانية بالمملكة

المتحدة."

اللجنة الحكومية بالمملكة

المتحدة المخصصة

لأنظمة المعلومات

الجغرافية، ٢٠١٩.

## ٣,٤,٩ استراتيجيات وخطط وطرق التواصل

تتبنى الحملات الإعلامية التي تهدف إلى التواصل الفعال طرق وأساليب خاصة بإرسال رسائل مقنعة ومثيرة للاهتمام تهدف إلى تغيير التفكير والسلوك.

تتطور استراتيجيات وخطط وطرق التواصل، وكذلك استخدام طرق التواصل القائمة على إرسال رسائل ومحتوى استراتيجي مقنع بصفة مستمرة بحيث يتغير اتجاهها من اكتشاف طرق التواصل المستقبلية واستراتيجيات المشاركة للتعرف على وسائل الاتصال الناجحة وطرق المشاركة والتواصل الفعال مع أصحاب المصلحة والمستخدمين، بما في ذلك ضمان استمرارية قنوات التواصل وتدفق المعلومات. تعكس استراتيجيات وخطط وطرق التواصل الإدراك الجيد للأوضاع القائمة واحتياجات وتصورات واهتمامات أصحاب المصلحة من خلال المشاركة الاستراتيجية الفعالة للجهات المعنية (المستثمرين) والمستخدمين وتحقيق التنمية المستدامة عند تنفيذ وتطبيق الإطار المتكامل للمعلومات المكانية.

تعد عملية التخطيط والتنفيذ مرحلتين فاصلتين ومهمين فيما يتعلق بوضع استراتيجيات وخطط للتواصل الفعال. يجب أن تتضمن عمليات التواصل والمشاركة الفعالة ضمن الثقافة والمهام الأساسية على المستوى الحكومي، وذلك من خلال اتباع المبادئ التوجيهية وتطبيقها على السياسات والاستراتيجيات والعمليات اليومية المعتادة. سيؤدي الالتزام بهذا النهج إلى تحقيق أفضل النتائج التي تعود بالنفع على الأفراد والمجموعات والمنظمات المتأثرة أو التي قد تؤثر على أنشطة إدارة المعلومات المكانية للحكومة.

يُرجى مراعاة أن أصحاب المصلحة المحتملين، عند الشروع في تنفيذ عملية التخطيط والتنفيذ، لن يصبحوا مشاركين هادفين، إلا في حالة التأكد من عدم كونهم مهملين إزاء اتخاذ الترتيبات والإجراءات الإدارية المتعلقة بإرسال واستلام المعلومات (بما في ذلك الملاحظات "التغذية العكسية"). كما أن هذه أصحاب المصلحة تعرب عن رغبتها في التعرف على ثمره وفوائد التخطيط لإدارة المعلومات المكانية التي تعود بالنفع على المنظمات أو المجموعات والعملاء التابعين لهم.

يتمثل معظم تركيز التخطيط الاستراتيجي في المشاركة على المستوى المحلي والدولي. ومع ذلك، يجب أن تشمل استراتيجيات وخطط وطرق التواصل الفعال على ضرورة المشاركة والتواصل مع العاملين في المنظمات التي تجري فعلياً استبيانات وتقوم بمهام رسم الخطط والتقييم وتحديد تكاليف الإنشاءات واستخدام البيانات المرجعية في مجال المكانية. يمكن اعتبار التغيير المحتمل، وفقاً لتلك المنظمات، تهديداً أو فرصة؛ بل يجب أن يُنظر إليه بشكلٍ إيجابي على أنه فرصة من خلال التواصل الداخلي الفعال.

تساعد مشاركة المعلومات داخل المنظمة على ضمان نجاح استراتيجيات وخطط التواصل. إن عدم فهم وإدراك العاملين بشكلٍ جيد قد يؤدي إلى قلة الحصول على الدعم والتأييد وانخفاض احتمالية نجاح المساعي المبذولة والحملات الإعلامية التي تهدف إلى تواصل فعال. تعد مشاركة المعلومات الجديدة بشكلٍ مستمر والاستفادة من أفكار وتصورات وملاحظات العاملين والإجابة على الأسئلة التي يطرحونها، جميعها أمثلة لطرق التواصل الداخلي الفعال. يعمل فريق (فرق) التواصل الداخلي بالتعاون مع القادة على التعرف على هوية العاملين والموظفين وإتاحة الفرصة لهم للمساهمة في الأنشطة التي تتم داخل المنظمة.

يساعد كلاً من التواصل الداخلي والمشاركة الجيدة على إنشاء منظمة تكون مسؤولة عن التغيير التنظيمي والفني والثقافي الضروري والمناسب لتقديم رؤى وأهداف إدارة المعلومات المكانية المتكاملة على المستوى المحلي. يجب أن تعين المنظمة شخص واحد مسؤولاً عن إعلان جميع القرارات والإجراءات المتفق عليها (التحدث بصوت واحد). تساعد طرق التواصل الداخلي الفعالة على ضمان تماسك وترابط العلاقة بين أفراد هذه المنظمة.

## ٤,٤,٩ نظام المتابعة والتقييم

تحدد عملية المتابعة والتقييم مقاييس ومعايير الأداء لتقييم مدى فعالية طرق الرسائل والأهداف الاستراتيجية الرسائل والأهداف الاستراتيجية المقنعة والمشاركة الفعالة واستراتيجيات وخطط وطرق التواصل، بما في ذلك الأنشطة والإجراءات التي تساعد على التعرف على هوية أصحاب المصلحة وإتاحة فرص المشاركة لهم وضمان استمرارية المجتمع الخاص بهم. تهدف هذه العملية إلى تقييم ما إذا كانت إجراءات وعناصر التخطيط والإعداد فعالة للتعرف على هوية أصحاب المصلحة والتواصل معهم، وما إذا كانت أنشطة وإجراءات المشاركة قد حققت النتائج المرجوة أم لا.

يتم تضمين، عادة، نظام المتابعة والتقييم ضمن الخطوات والإجراءات المعتادة، وفي بعض الأحيان، يتم دمجها كنوع من آليات التغذية الراجعة (تقديم الملاحظات). كما تساعد عملية المتابعة والتقييم في توفير فرص لعكس وإعادة النظر في طرق التواصل والمشاركة من أجل التقدم والارتقاء بخطة العمل المتبعة عند تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية. تتناول هذه المساعي والجهود المبذولة بعض الاسئلة التي لها دور كبير في عملية تقييم مدى فعالية استراتيجيات وخطط التواصل، وتشتمل هذه الاسئلة على ما يلي: "ما مدى جودة الأداء الذي قمنا به" و "ما مدى فعالية طرق التواصل لدينا" و "هل كان الأداء المبذول من قبلنا فعال أو مؤثر"

هناك عدد من أمثلة الأساليب الجيدة والأدوات والمواد والموارد الفعالة التي تبنتها أصحاب المصلحة عند تطبيق نظام المتابعة والتقييم. قد تتمكن البلدان من تبني وتكييف مثل هذه الأساليب والأدوات لاستخدامها في عملية تخطيط وتنفيذ استراتيجيات التواصل والمشاركة من أجل تطوير وتعزيز إدارة المعلومات المكانية، وكذلك إدارة المخاطر المتعلقة بها.

يهدف نظام المتابعة والتقييم الفعال إلى استمرارية التحسين المستمر، متضمنًا إعادة تقييم الاستراتيجيات والجهود المبذولة المتعلقة بالتواصل والمشاركة. مما يضمن نجاح المشاركة الاستراتيجية من قبل أصحاب المصلحة والمستخدمين، وفعالية الرسائل المقنعة، فكلما كانت استراتيجيات وخطط وطرق التواصل متوافقة ومتماشية مع التغيرات التي تحدث بمرور الزمن، كلما ساهمت الرسائل والأهداف الاستراتيجية المقنعة التي يتم إرسالها بصفة مستمرة في نجاح النظام عند إدارة المعلومات المكانية على المستوى المحلي، كلما زادت احتمالية تحقيق أقصى استفادة من هذه المعلومات والارتقاء بها لتطويعها في خدمة مجالات أخرى.

## ٥,٩ المبادئ التوجيهية

وُضعت بعض المبادئ التوجيهية والعناصر المحددة لضمان تحقيق تواصل ومشاركة فعالة ومجدية وتشجيع أصحاب المصلحة على بذل المزيد من الجهود وتعزيز صنع قرارات حاسمة بمنتهى الشفافية حتى تتمكن أصحاب المصلحة من الإيفاء بنجاح بمهامها وتعزيز في إدارة المعلومات المكانية المتكاملة. قد لا تؤدي مضاعفة الجهود المبذولة، بشأن اتخاذ الترتيبات والإجراءات اللازمة من قبل أحد البلدان بهدف ضمان طرق التواصل والمشاركة الجيدة، إلى تحقيق النتائج المرجوة، ويرجع ذلك إلى وجود أولويات ومستويات مختلفة من النضج التنموي والجوانب الثقافية التي يجب أخذها في عين الاعتبار. ومع ذلك، يجب الحث على استخدام الأفكار الجيدة والاستفادة منها. في التخطيط والتنفيذ الفعال على مختلف مستوى البلدان حيثما كانت هذه الأفكار مناسبة ومتوافقة مع آليات التواصل.

تحدد مرحلة المتابعة والتقييم ما إذا كانت عمليات التخطيط فعالة أم لا وما إذا أدت عمليات المشاركة إلى تحقيق النتائج المرجوة.

تلعب المبادئ التوجيهية دورًا هامًا في تشجيع وتحفيز أصحاب المصلحة على المشاركة والمساهمة في تعزيز وتطوير إدارة المعلومات المكانية

## تتمثل المبادئ التوجيهية للتواصل والمشاركة فيما يلي:

- **المبدأ القائم على الموثوقية والشفافية:** يُبنى التواصل الصريح والصادق على الموثوقية ويعزز مبدأ الشفافية خلال عملية المشاركة، مما يضمن نقل التصريحات المعلن عنها بمنتهى الصدق والأمانة.
- **المبدأ القائم على إضفاء الطابع الشخصي والتشاركي:** يلقي هذا المبدأ أهمية المشاركة الشخصية في وقت مبكر بهدف تكوين علاقات استراتيجية تأسيسية وتوفير فرص للمشاركة والمساهمة واستنتاج التعليقات والتغذية العكسية "الملاحظات: لإبلاغ أصحاب المصلحة بها.
- **المبدأ القائم على الشمولية والمحايدة:** يشير هذا المبدأ إلى أهمية إجراء عملية التواصل والمشاركة بطريقة شاملة وصریحة وحيادية (غير متحيزة) بحيث تهدف إلى تقبل واحترام الآراء ووجهات النظر الأخرى والاستفادة منها، مما يشجع ويسهل على جميع أصحاب المصلحة والمستخدمين عملية المشاركة وتقديم "التغذية العكسية" الملاحظات والتعليقات.
- **المبدأ القائم على أهمية عملية التواصل والمشاركة وتقديمها في الوقت المناسب:** من المهم أن يتم التخطيط لعملية التواصل والمشاركة مبكرًا بحيث تكون الرسائل المرسله صادقة ومطابقة للواقع وذات مغزى ومقدمة في الوقت المناسب وعلى نحو متسق.
- **المبدأ القائم على كون عملية التواصل والمشاركة منسقة ومتسقة:** من الضروري أن تكون الأنشطة المتعلقة بالتواصل والمشاركة متناسقة، بما في ذلك تلك الأنشطة التي تقوم بها المنظمات المعنية لتسهيل عملية المشاركة والتواصل على أصحاب المصلحة بدون تعب أو مشقة. استخدام طرق تواصل متقدمة قائمة على إرسال رسائل مقنعة وواضحة ومتناسقة.
- **المبدأ القائم على كون عملية التواصل والمشاركة هادفة وفعالة:** ينبغي أن تكون الأنشطة الأكثر فعالية المتعلقة بعملية التواصل والمشاركة مفهومة بشكل جيد من حيث تحديد الأهداف والنتائج المرجوة منها مع إدراك أهداف أصحاب المصلحة ومستوى خبراتهم ومدى تأثيرهم.
- **المبدأ القائم على كون عملية التواصل والمشاركة قابلة للتكيف وسريعة الاستجابة:** من المهم أن يكون الوقت قابل للضبط والتعديل بما يتوافق مع الظروف البيئية المتغيرة، ومرونة وسهولة طرق التواصل والمشاركة لمناسبة جميع العملاء واستخدام الآليات المناسبة وفقاً للدافع والهدف الرئيسي كخطوة أولى لبدء الترتيبات والإجراءات التالية، وإدارة رؤى ووجهات النظر المختلفة والمعارضة للجهات المعنية (المستثمرين) وتوجيهها من أجل تحقيق أفضل النتائج وأكثرها مناسبة للجميع.

## ٩,٦ الترتيبات والإجراءات

- يُوصى باتخاذ بعض
- الترتيبات والإجراءات
- المتعلقة بالتخطيط
- الاستراتيجي كوسيلة
- لتحقيق العناصر الأربعة
- الرئيسية للتواصل
- والمشاركة.

يُوصى باتخاذ بعض الترتيبات والإجراءات المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي كوسيلة لتحقيق العناصر الأربعة الرئيسية للتواصل والمشاركة. قد تتأثر الإجراءات الخاصة لكل بلد وفقاً لبعض العوامل مثل أولويات واهتمامات هذا البلد والكفاءات والقدرات المتاحة بها والظروف الوطنية السائدة والموارد المتاحة والثقافة، وغيرها من الجوانب العملية. قد تؤثر جميع هذه العوامل على طرق تنفيذ التخطيطات الاستراتيجية والإجراءات التي يتم اتخاذها في هذا الصدد.

يتم تقديم الترتيبات والإجراءات المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي في شكل تسلسلي خطوة بخطوة، لتسهيل استخدام المعلومات المكانية، وخاصة مساعدة مختلف البلدان في المراحل الأولى والمبكرة من تطوير وتعزيز الترتيبات التي يتم اتخاذها بشأن إدارة المعلومات المكانية على المستوى المحلي. توضح خارطة الطريق هذه الترتيبات ومكان حدوثها حيث عادة ما يتم اتخاذ جميع الإجراءات كما هو موضح في الشكل رقم ٩,٣ ومع ذلك،

يحق لكل بلد اتخاذ الإجراءات والترتيبات بما يتناسب مع شؤونها عن طريق تبني خطوات مختلفة خلال عملية التخطيط الاستراتيجي ويتسلسل مختلف اعتماداً على الظروف والعادات والتقاليد البيئية والوطنية القائمة بكل بلد. وبالتالي، يتم استعراض خارطة طريق إضافية أقل تعقيداً (تنظيماً)، كما هو موضح في الشكل رقم ٤,٩.

قد تتضمن بعض الإجراءات على ترتيبات مترابطة و/أو متطلبات أساسية يلزم تحقيقها قبل أو بالتزامن مع إجراءات التخطيط الاستراتيجي. تم توضيح أيضاً هذه الإجراءات المترابطة في الشكلين رقم ٣,٩ و ٤,٩ ويشار إليها في هذا السياق تفصيلاً ضمن طرق التخطيط الاستراتيجي الأخرى.

ينبغي وضع المبادئ التوجيهية الواردة في القسم رقم ٥,٩، بخلاف الطريقة المُتبعة في التخطيط الاستراتيجي، في عين الاعتبار عند اتخاذ أي إجراء حيث أن هذه المبادئ تصف عوامل تحقيق إدارة المعلومات المكانية بفعالية ومهنية عالية.

تنقسم الاجراءات والترتيبات المتعلقة بالتواصل والمشاركة إلى ست فئات وهي:

١. توفير القيادة الاستراتيجية.

٢. فهم الفرص.

٣. إعداد وتحديد الاتجاه والهدف.

٤. إعداد خطة عمل.

٥. متابعة التقدم والتطور.

٦. تقييم درجة التواصل وأهميتها.

عادة ما يتم الاستعانة بالإجراءات والترتيبات التالية لتقويم ومعالجة الثغرات ونقاط الضعف في مجال التخطيط الاستراتيجي. وهذه الاجراءات والترتيبات بمثابة دليل على تطوّر القدرات والإمكانيات اللازمة لتعزيز عمليات وأنظمة إدارة المعلومات المكانية المتكاملة.



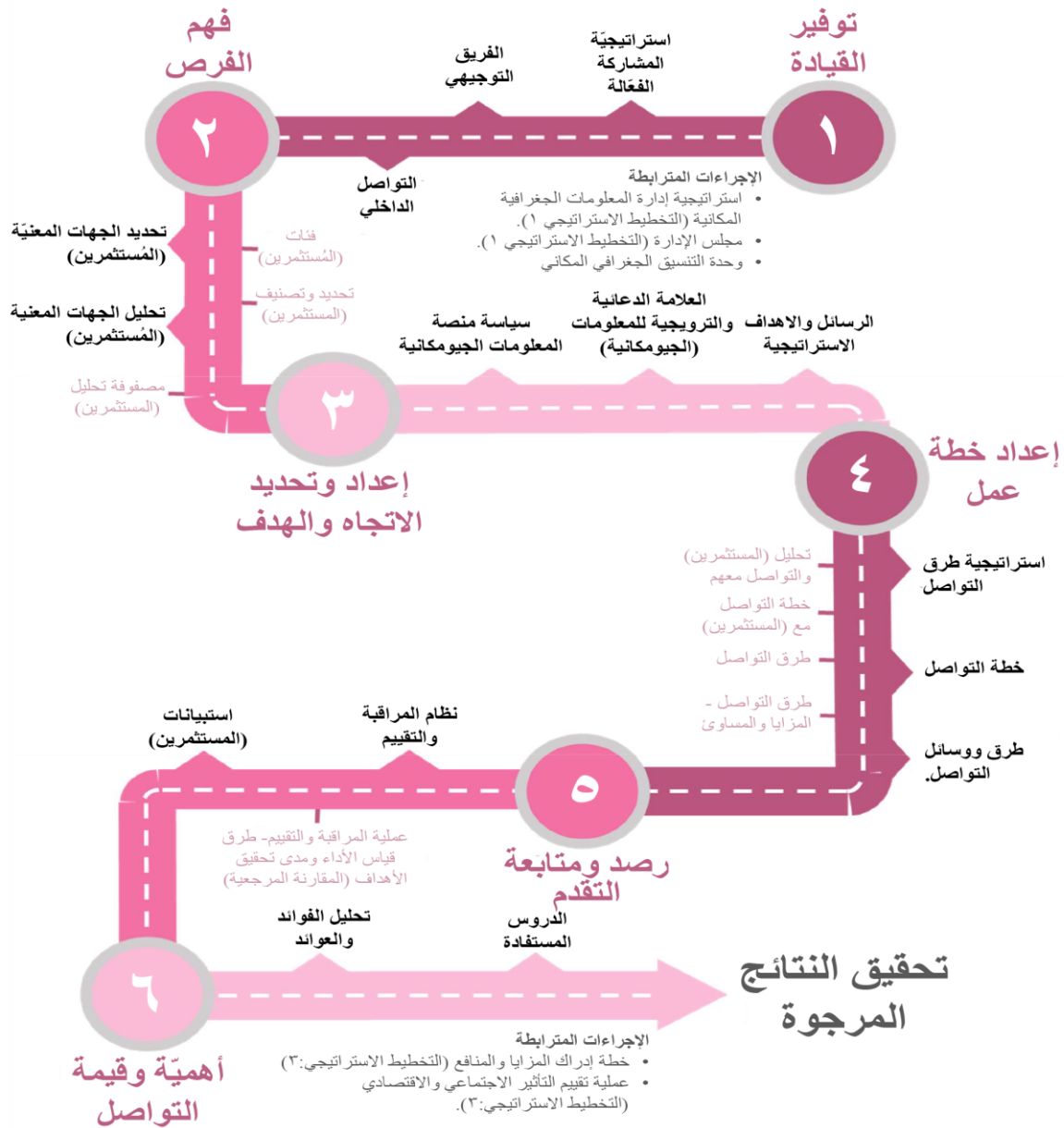
### ١,٦,٩ استراتيجية المشاركة الفعالة

إن تصميم وتطوير استراتيجية المشاركة الفعالة بين أصحاب المصلحة والمستخدمين (المُستفيدين) هي الخطوة الأولى والأساس الجوهري لعملية المشاركة الفعالة. تُحدّد الاستراتيجية أصحاب المصلحة الرئيسيين وُترتيبهم حسب الأولوية، ثم تشرح الأسلوب والجدول الزمني المحدد لمشاركة المعلومات. كما تقوم الاستراتيجية أيضاً بوصف الموارد والمسؤوليات المتعلقة بتنفيذ أنشطة المشاركة الفعالة، وتشرح الطريقة التي يتم التعامل بها مع التغذية الراجعة (الملاحظات) للجهات المعنية (المُستثمرين).

وغالبا ما يتم تجاهل الخطوة الأولى مما يؤدي إلى حدوث مشاكل، في وقت لاحق، خلال عملية المشاركة. إذا كان هدف المشاركة الفعالة غير محدد بوضوح، فإن جميع الأنشطة التالية سوف تتأثر، بما في ذلك خطوة تحديد أصحاب المصلحة، وتحديد طرق التواصل المناسبة ومعرفة توقعات واحتياجات أصحاب المصلحة.

إن استراتيجية المشاركة  
الفعالة بين أصحاب  
المصلحة  
والمستخدمين (المُستفيدين)  
هي الخطوة الأولى  
والأساس الجوهري لعملية  
المشاركة الفعالة بين كلاً  
من المُستثمرين  
والمستخدمين.





الشكل التوضيحي رقم ٣، ٩: يتضمّن كلاً من طرق التواصل والمشاركة الفعالة على العديد من الإجراءات والأدوات المصممة لمساعدة البلدان على التواصل والمشاركة مع أصحاب المصلحة والمستخدمين بشكل فعال وفقاً لإجراءات ومهام تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية. وتنقسم هذه الإجراءات إلى ست فئات، مما يعكس الترتيب المعتاد لإتمام مثل هذه المهام والإجراءات.

التخطيط الاستراتيجي ٩: طرق التواصل والمشاركة الجيدة



الشكل التوضيحي رقم ٩، ٤: يتضمن كلاً من طرق التواصل والمشاركة الفعالة على العديد من الإجراءات والأدوات المصممة خصيصاً لمساعدة البلدان في نشر الوعي بفعالية وكفاءة، واكتساب الدعم والتأييد بهدف حماية الإجراءات السياسية والمالية والتعرف على هوية المستخدمين (المستفيدين) فجميعها ذات أهمية جوهرية في تعزيز إدارة الإطار المتكامل للمعلومات المكانية بنجاح. ترتبط الإجراءات المترابطة ارتباطاً رئيسياً بالإجراءات الأخرى المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي.

تشمل استراتيجية المشاركة الجيدة بين أصحاب المصلحة على ما يلي:

- الأسباب الاستراتيجية للتشاور والنقاش مع أصحاب المصلحة.
- النتائج المرجوة من خلال عملية المشاركة.
- أصحاب المصلحة المختلفين للتشاور والنقاش معهم.
- القضايا والموضوعات التي من المتوقع أن يكون لها الأولوية لدى كلٍ من الحكومة وأصحاب المصلحة.

- الخطط أو الأنشطة أو الأحداث التي ينبغي أن تكون محوراً رئيسياً في السنة الأولى.
- من المحتمل أن تختلف الطرق المستخدمة للتواصل مع كل جهة وعميل أصحاب المصلحة.
- توقيت وتسلسل القضايا والموضوعات موضع الاهتمام، مثلاً: ما هي أصحاب المصلحة الذين يجب مشاركتهم أولاً ولماذا.
- المسؤوليات والالتزامات المتعلقة بالاستشارة وكيفية تسجيل النتائج ومتابعتها والإبلاغ عنها ونشرها.
- أهم المعلومات التي تحتاج إلى نقلها.
- استمرارية المشاركة على المدى الطويل، ويشمل ذلك إنشاء فرق لتقديم الخدمات إلى مجموعات البرنامج الجغرافي المكاني والمجموعات الحكومية الاستراتيجية (تتعلق بالتخطيط الاستراتيجي رقم ١).
- تجهيز الأدوات والمواد المناسبة لتنفيذ الخطط والأهداف والتوقعات وأي مهام ممكنة.
- إتاحة الفرص للتعاون مع المجموعات الأخرى، بشأن طرق التواصل لضمان تناسق الرسائل وتجنب المشاكل الأخرى الناتجة عن المناقشة والتشاور.
- إتاحة الفرص للجهات المعنية (المُستثمرين) للمشاركة في عملية تعزيز النهج المتكاملة للمعلومات المكانية.
- صلاحيات أصحاب المصلحة في المشاركة، على سبيل المثال: قائمة القوانين الصادرة عن البرلمان التي تُحدّد الاستشارة كمبادرة التبادل المفتوح للبيانات، أو ميثاق العملاء الذي ينص على مشاركة أصحاب المصلحة.
- إدارة المخاطر التي تتعلّق بعملية المشاركة.

انظر الاجراءات المتعلقة باستراتيجية إدارة المعلومات المكانية (التخطيط الاستراتيجي ١).



### ٢, ٦, ٩ الفريق التوجيهي

قد تحتاج المشاريع المعقدة  
طويلة المدى، إلى فريق  
عمل مستقل أو فريق  
توجيهي لإرشاد ومتابعة  
عملية التواصل  
والمشاركة الفعلية مع  
أصحاب المصلحة.

يُعد تشكيل فريق توجيهي مستقل، واحدة من الممارسات الجيدة، خاص بطرق التواصل والمشاركة أو فريق عمل لإرشاد وتوجيه الإجراءات والمهام المتعلقة بالتواصل والمشاركة مع أصحاب المصلحة. وذلك لأن عملية تعزيز الإدارة المتكاملة للمعلومات المكانية، عبارة عن برنامج عمل معقد وكبير وله نتائج على المدى الطويل، ويتطلب جهوداً منسقة ومركزة لتحقيق نتائج دائمة.

يعمل هذا الفريق التوجيهي المستقل، بالتعاون مع مجلس الإدارة و / أو وحدة التنسيق الجغرافي المكاني (انظر التخطيط الجغرافي ١)، على تطوير الاستراتيجية، وإرشاد وتوجيه نظام التخطيط والتنسيق الخاص بطرق التواصل والمشاركة الجيدة، ومتابعة تقدم وتأثير البرنامج بانتظام. يُمكن أن تتبنى وحدة التنسيق الجغرافي المكاني، عملية التواصل الفعلي.

ما قد يكون مفيدًا وحاسمًا هو أن يقوم الفريق التوجيهي بتنظيم وتنسيق برنامج التواصل والمشاركة مع وحدة التنسيق الجغرافي المكاني و/ أو مجلس الإدارة الذي تم إنشاؤه كجزء من برنامج إدارة البنية المتكاملة للمعلومات المكانية (IGIF) كخطوة حاسمة وفعالة. وتتضمن عملية التنظيم، تقديم تقارير منتظمة وفي الوقت المُحدّد. قد يحتاج الفريق التوجيهي الخاص بطرق التواصل والمشاركة إلى تقديم تقرير إلى مجلس الإدارة (انظر قسم التخطيط الاستراتيجي ١).

يقوم الفريق التوجيهي بوضع نماذج واضحة لأنواع المختلفة من الأساليب والمعلومات التي يتم عرضها من قبل مختلف الفرق المشتركة بين ممثلي مشاريع المعلومات المكانية.

أحد المسؤوليات الرئيسية التي تقع على عاتق الفريق التوجيهي، هي التأكد من أن الأهداف والمحتوي الرئيسي لتنفيذ برنامج البنية المتكاملة للمعلومات المكانية (IGIF)، يتم نقله باستمرار إلى كل أصحاب المصلحة. وقد تشمل تلك الإجراءات جميع العلامات التجارية والدعائية للمعلومات الجغرافية المشتركة بين طرق التواصل لتعزيز أعمال وأهداف البرنامج، وخلق بيئة أكثر شفافية، وتشجيع أصحاب المصلحة ليكونوا جزءًا من القرار.

انظر الإجراءات المتعلقة بمجلس الإدارة (التخطيط الاستراتيجي ١)؛ وحدة التنسيق المكانية (التخطيط الاستراتيجي ١)؛ ومجموعات فرق الخبراء (التخطيط الاستراتيجي ١).



### ٣,٦,٩ التواصل الداخلي

التواصل الداخلي هي أحد المزايا المُقدّمة للموظفين، الذين سيساهمون جميعًا في نجاح برنامج البنية المتكاملة للمعلومات المكانية (IGIF). ولا يشمل ذلك المسؤولين المباشرين عن نجاح المشروع فقط وإنما يتضمن جميع الموظفين والعاملين الذين يشاركون في هذه الجهود أو يدعمونها، بالإضافة إلى الأشخاص المعنيين بالبرنامج وأصحاب المصلحة العامة. لا يُمكن بالضرورة التنبؤ بالأدوار والمسؤوليات التي يتحملها الموظفون فقد تكون غير متوقعة وغير معروفة. لذلك، فإن التواصل الفعال والشامل والنشط، يضمن لكل شخص مستوى أساسي من المعرفة لفهم البرنامج ورسالته وأهدافه، والوضع الحالي والمستقبلي للمعلومات المكانية داخل المنظمة، وخطة المشاركة الفعّالة مع أصحاب المصلحة والمستخدمين، والمنهج التّبع لتحقيق الأهداف المستقبلية، والوضع المرغوب فيه.

التواصل الداخلي هي أحد المزايا المُقدّمة للموظفين، الذين سيساهمون جميعًا في نجاح برنامج إدارة المعلومات المكانية المتكاملة.

يُمكن أن يتمّ التواصل الداخلي بعدة طرق. وفيما يتعلق بالمنظمات الوطنية، فإنها تشير إلى الموظفين، ومن الممكن كذلك أن تتساوى مع المجتمعات الجغرافية في البلدان المختلفة، ومجموعة من المنظمات الحكومية، بما في ذلك البلديات (المجالس المحلية) أو الهيئات الحكومية المحلية، وغيرها من المنظمات التي يمكن أن تخلق رأيًا تعاونيًا قويًا من خلال اتباع نهج مشترك. وكثيرا ما يتم تجاهلها، حيث إنّ ثمة أسباب مقنعة تدعو إلى اعتبار “المجتمع الداخلي” كمجموعة من أصحاب المصلحة.

تُعزّز المراسلات الداخلية بداخل المنظمة من فعالية المراسلات الخارجية. وينبغي تحسين هذه المعلومات بين الموظفين، ولا سيما الموظفين الذين هم على تواصل مع أصحاب المصلحة. لذلك، ينبغي أن يكونوا مؤهلين لفهم الرسائل/ المعلومات ودعمها.

تحتاج المنظمات إلى إجراء بعض التغييرات، لتُصبح قادرة على المساهمة بفعالية في المعلومات المكانية عالميًا. قد يكون هذا التغيير ببساطة معنويًا يشمل المفاهيم، جنبًا إلى جنب مع التغييرات في المعلومات الاستراتيجية، وقد يكون تغييرًا ذا أهمية كبيرة، يتم إجراؤه على التقنيات والعمليات والمهارات والمخرجات الجديدة. يحتاج الموظفون إلى معرفة وفهم أسباب التغيير ودورها في المستقبل؛ لأن عدم معرفتهم بذلك قد يجعل التغيير سلبيًا أو غير فعالًا. فعلى سبيل المثال، تعتبر العديد من المنظمات الوطنية المتخصصة في رسم الخرائط، أن تدريب العمالة وصقل مهاراتهم هي أهم التحديات التي تواجههم عند تنفيذ الأعمال المكانية المبتكرة. لذلك، يُعد التواصل الداخلي مُهمًا لأنه يساعد على تحقيق التغيير، كما يضمن للموظفين الاطلاع على الفرص بدلاً من المخاطر. من المهم كذلك لمسؤولي المنظمة أن يُحسنوا استغلال القدرات والطاقات الجماعية للموظفين.

## فهم الفرص

٢

### ٤,٦,٩ تحديد أصحاب المصلحة

تأخذ عملية تحديد أصحاب المصلحة في الاعتبار جميع الأطراف التي من المحتمل أن تتأثر بسياسات وبرنامج العمل.

واحدة من المتطلبات الأساسية لتعزيز الإدارة المتكاملة للمعلومات المكانية هو أن الأهداف والأولويات ينبغي أن تعكس احتياجات المجتمع وأصحاب المصلحة، وليس فقط الاحتياجات الداخلية للمنظمات الحكومية. ووفقًا لذلك، فإن عملية تحديد أصحاب المصلحة تأخذ في الاعتبار جميع الأطراف التي من المحتمل أن تتأثر بسياسة وبرنامج العمل، سواء بالإيجاب أو السلب، وبشكل مباشر أو غير مباشر. قد تكون قائمة أصحاب المصلحة واسعة النطاق وتشمل ما يلي:

- السياسيين وصانعي السياسات والعاملين في المنظمات الحكومية الرئيسية قد تشمل الدفاع الوطني، والأراضي، الرقمنة، والبنية التحتية، والمرافق الصحية، البلديات (المجالس المحلية)، والزراعة، والموارد الطبيعية، والمياه والبيئة.
- المنظمات الحكومية، بما في ذلك المستخدمين الذين يعرفون أو لا يعرفون المعلومات المكانية، وليس بالضرورة المنظمات التي تقدم المعلومات المكانية فقط.
- المنظمات الثنائية أو متعددة الجهات التي تمنح المساعدات الإنمائية، بما فيها المؤسسات الخيرية.
- وكالات الأمم المتحدة، وغيرها من الحكومات الوطنية، والمنظمات غير الحكومية.
- مُستخدموا المعلومات المكانية في الحكومة والجهات الأكاديمية وشركات القطاع الخاص، بما في ذلك المستخدمين المحترفين والمستخدمين المؤقتين.
- المؤسسات العلمية والجامعات ومراكز البحوث.

- موردوا القطاع الخاص للبيانات والتكنولوجيا والخدمات، بما في ذلك منظمات التمثيل التجاري.
- موردوا القطاع الحكومي للبيانات والتكنولوجيا والخدمات مثل وكالات البيانات المكانية ورسم الخرائط والمساحة، والتقييم، وتكاليف البناء، والمرافق بما في ذلك المرافق تحت الأرض، ومقدمي البيانات الرئيسيين الآخرين.
- المنظمات المهنية، والمنظمات التطوعية، والمنظمات المجتمعية، مثل الموردين والمستخدمين والشركاء.
- المستهلكون والمواطنون، غالبًا ما يكونون نفس الجهة، لكن بأدوار مختلفة.

من الأفضل أن يتم تحديد أصحاب المصلحة من خلال الشعور الجيد والخبرة وبعض التواصل والتحقيقات. قد يوجد ملف تعريف للمعلومات المكانية التي تشكل نقطة بداية جديدة. قد تشمل الوسائل الأخرى المتعلقة بتحديد أصحاب المصلحة والمستخدمين على تنظيم ندوات أو منتديات أو حوارات مفتوحة وكذلك كوسائل لزيادة الوعي وتبادل المعلومات.

تتوفر مجموعات أصحاب المصلحة من قاعدة البيانات المكانية القومية الرئيسية القائمة أو السابقة. ومع ذلك من الأفضل أن تبدأ بشمول وتضمين المجموعات من أجل التواصل والمشاركة التي عادة ما تكون ممثلة تمثيلاً تقليدياً في التخطيط. سوف تتحقق الفوائد الأخرى في هذا، بينما قد يكون هناك بعض التحديات مثل توعية المزيد من العملاء عن أهمية وعروض المعلومات المكانية. قد يبدو هذا عملية مباشرة ولكن لا يُعد ذلك عادةً المعتاد. يصل اليوم المستخدمون النهائيون إلى البيانات عبر الإنترنت وبالتالي قد تجد المؤسسات المكانية صعوبة في تحديد فئات المستخدمين والمجموعة الكاملة من التطبيقات التي تستخدم المعلومات المكانية.

تعتبر الخطوة الأولى هي تحديد فئات أصحاب المصلحة لذلك يمكن لهذه المجموعات الاشتراك بشكل منفصل نظراً لأن احتياجات أصحاب المصلحة ليست متوافقة دائماً. تعتبر الخطوة الثانية في سرد أسماء أصحاب المصلحة وتحديد الفئة التي يندرجوا تحتها. سوف تدرج بعض أصحاب المصلحة تحت أكثر من فئة واحدة. سوف يشمل اختيار الممثلين إضافة عملاء غير معروفين، فذلك المتوقع، إلى المجتمع الجغرافي المكاني. يُعد تجنب الممثلين الذين لن يساهموا عادةً أو غير متفاعلين وداعمين للمعلومات المكانية مهمًا. ومع ذلك لا يتم تجنبهم أثناء عملية الاختيار في بعض الأحيان.

يتم تقديم مثال لقائمة أصحاب المصلحة في الملحق رقم ١,٩.

يتم توفير نموذج لتحديد أصحاب المصلحة وتصنيفهم وفقاً للفئات في الملحق ٢,٩



## ٥,٦,٩ التحليل الذي تقوم به أصحاب المصلحة

يتم استخدام تحليل أصحاب المصلحة لإدراك العلاقات وأي تعقيدات قد توجد بين أصحاب المصلحة والبرنامج الجغرافي المكاني الذي تقوم به الحكومة من أجل تعزيز الإدارة المتكاملة للمعلومات المكانية.

يستخدم تحليل أصحاب  
المصلحة لإدراك تعقيدات  
العلاقات بين أصحاب  
المصلحة والأنشطة التي  
تقوم بها الحكومة.

أصحاب المصلحة لديهم مستويات مختلفة من التأثير والاهتمام بإدارة المعلومات المكانية. يعتبر تحليل أصحاب المصلحة ما يناسب أصحاب المصلحة في تعزيز إدارة المعلومات المكانية الخاصة بمصالح أصحاب المصلحة وكيف سيتأثرون بالتغيير وما قد يتأثرون به وأفضل طريقة للتواصل والمشاركة معهم.

توفر المعلومات المكانية منصة تكاملية لجميع البيانات الرقمية التي لها بُعد خاص بالموقع ولكن قد يختلف التركيز والاستخدام المرتبط بها من قبل أصحاب المصلحة المختلفين. يحتاج اكتساب مستوى هذا الإدراك واستخدام خلال أنشطة التواصل الفعالة بما في ذلك ورش العمل حيث يعزز دائماً ويحسن فهم تحديات أصحاب المصلحة. من المهم النظر فيما إذا كان مجموعة الجهة المعنية حيث يمكن اعتبار أن الشريك الموثوق يحتاج مشاركة كافية اللازمة لمتابعة تنفيذ مؤسسة المعلومات الجغرافية الدولية.

يعد تحليل أصحاب المصلحة واضحاً نسبياً ويوجد أدوات (الشكل ٥,٩) متاحة للمساعدة في تصنيف أصحاب المصلحة وفقاً لمستوى تأثيرهم والفائدة. يتم تقديم مثال في الشكل ٥,٩- يتم تعيين أصحاب المصلحة إلى الربع الذي يحدد مستوى تأثيرهم والفائدة بشكل أفضل.



الشكل التوضيحي رقم ٥,٩: تحليل أصحاب المصلحة-مستويات التأثير والفائدة.

يستخدم هذا الإدراك من مستوى التأثير والفائدة من أجل تحديد مستوى ونوع طرق الاتصال المطلوبة لكل جهة معينة كما أنه أيضاً يستخدم في تحديد اهتماماته ووجهات نظره التي ستعطي الأولوية. قد يتطلب على سبيل المثال، رفع مستوى الوعي لتصبح أكثر تأثيراً في أصحاب المصلحة التي لديها اهتمامات أقل مع الشركاء والمتعاونين

تعتبر أصحاب المصلحة المؤثرين هم المرشحون الرئيسيون للعمل كداعمين ومؤيدين في تعزيز أهمية إدارة المعلومات المكانية المتكاملة على المستوى القومي والذي يمكنه تأييد خطة العمل على مستوى الدولة بما في ذلك المصادر والمعلومات.

يتم تقديم نموذج خاص بالمصفوفة (قالب) تحليل أصحاب المصلحة في الملحق ٣,٩.



إعداد وتحديد الاتجاه

٣

### ٦,٦,٩ منصة السياسة

تحدد منصة السياسة مبادرة أو برنامجًا أو أولويات المجتمع التي تحتاج إلى دعم حكومي وسياسي رفيع المستوى. عادة ما تبدأ هذه المنصات بمجموعات التأييد. وفي سياق تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية، يمكن أن يشتمل ذلك على جمعيات المهنيين والممارسين، فتح مجموعات البيانات والمجالس الصناعية، بطريقة لتقارب الحكومة أو الممثلين المنتخبين والحصول على دعمهم في القضايا الأساسية مثل الوصول إلى المصادر الكافية من أجل تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية المتكاملة والحفاظ على استمرارها داخل المكان. ولا يجوز بالضرورة لمثل هذه المنصة ان يتم تطبيقها على جميع الدول وتصبح مستقلة في الحالات القومية.

تبدأ سياسة المنصات من قبل مجموعات التأييد وتحديد الأولويات التي تتطلب دعم الحكومة.

منصة السياسة تخلق صوتًا موحدًا. يساعد السياسيين، الكيانات المهنية والمسؤولين الحكوميين على إدراك ما هو مطلوب. يمكن أن يكون تطوير منصة سياسات مفيدة في دعم ودفع الاقتراحات بشكل فعال لسياسة جديدة أو قانون جديد يفيد المصالح والاحتياجات المكانية. ومع ذلك يتطلب إنشاء مثل هذه المنصات وصيانتها قدرًا كبيرًا من الوقت والجهد لتأسيسها.

عادة ما يتم تطوير منصات السياسات من قبل مجموعة من أصحاب المصلحة المتنوعة لتبادل الأفكار وتحديد أولويات العناصر الرئيسية. قد تشمل هذه العناصر الحاجة إلى استراتيجية وطنية لإدارة المعلومات المكانية (انظر (التخطيط الاستراتيجي رقم ١) أو سياسة البيانات المفتوحة أو موضوع البيانات المكانية الجديد أو الجهد المبذول في جمع البيانات المكانية، معلومات تخص موضوع قائم، وإقامة دورات التعليمية وتدريبية من أجل زيادة عدد المختصين في مجال معلومات المكانية والحاجة إلى تحسين البيانات الأساسية للتخطيط والتحليل المكاني المتكامل.

عادةً ما تتم صياغة منصة السياسة من ثلاث إلى خمس أهداف ورسائل استراتيجية (انظر التخطيط الاستراتيجي ٩: الإجراء ٧,٦,٩) المدعوم بالتقييم والتحليل المناسبين، ودراسات الحالة / الأمثلة ذات الصلة (بما في ذلك المقالات الصحفية التي توضح مكان الخلل) لتوضيح الفوائد الملموسة التي ستكون في صالح المجتمع على نطاق واسع. يتم مشاركة الصياغة منصة السياسة بعد ذلك مع مجتمع أصحاب المصلحة المكانية الأوسع للحصول على التقييمات والتعليقات. يمكن إرسال النسخة النهائية إلى أصحاب المصلحة بمجرد النظر في ذلك للحصول على توقيعات الدعم.

يمكن للكيان القيادي لمنصة السياسة (يمكن أن يكون ذلك هو المجلس الإداري (المنظم). انظر التخطيط الاستراتيجي رقم ١) تنظيم اجتماعًا مع ممثلين منتخبين و / أو صانعي أو واضعي السياسات لزيادة الوعي والإعلام والتثقيف بهدف استقطاب الدعم المناسب. يمكن ترتيب اجتماع عام بين المؤيدين الداعمين وبين منصة السياسة، بمجرد الوصول إلى اتفاق، لنشر دعاية إيجابية مفيدة. يُنصح بدعوة وسائل الإعلام من أجل التوعية العامة وبالإضافة إلى حفظها في التسجيلات العامة. كما يجب إعداد مذكرات الإحاطة الإعلامية وصحائف الوقائع لتسهيل عملية تعلم الصحفيين وتقديم التقارير عن الحدث والأهم من ذلك هو تقديم تقرير عن منصة السياسة التي يتم الترويج لها. ويعتبر هذا الأمر غاية في الأهمية، لأنه من النادر إدراك إدارة المعلومات المكانية المتكاملة بشكل جيد على المستوى القومي ناهيك عن التواصل بها.

### ٧,٦,٩ العلامة الدعائية والترويجية للمعلومات المكانية

**العلامة الدعائية  
والترويجية هي  
مجموعة من  
الارتباطات والعلاقات  
التي ينشئها الأشخاص  
مع مؤسسة أو منتج أو  
خدمة.**

يمكن أن تكون العلامة الدعائية والترويجية للمعلومات المكانية جزءًا مهمًا من عملية التواصل والمشاركة في الفعاليات. يمكن أن تكون العلامة الدعائية والترويجية للمعلومات المكانية أداة يتم من خلالها نشر الوعي وتوصيل قيمة أو فائدة معينة وتحسين مستوى الإدراك والتقدير لإدارة المعلومات المكانية المتكاملة على المستوى القومي. تستخدم المؤسسات لغة التواصل بالعلامة الدعائية والترويجية للمعلومات المكانية لإعلام أصحاب المصلحة وتحسين ونشر الوعي وتذكيرهم وإقناعهم بأهمية احتياجهم إلى تطبيق الإطار المتكامل للمعلومات المكانية وأسبابها.

العلامة الدعائية والترويجية هي عبارة عن مجموعة من العلاقات والشراكات التي يقوم بها شخص (أو مجموعة من الأشخاص) مع شركة أو منتج أو خدمة أو فرد أو مع حتى مؤسسة. تعتبر شركة أمازون، أبل، جوجل من أكثر العلامات الدعائية والترويجية نجاحًا على مستوى العالم. ومع ذلك، فإن أحد أهم العوائق أمام تطوير العناصر والمكونات القومية للبيانات المكانية ونشرها في البلدان هو العجز الإدراكي لقيمة المعلومات المكانية وفائدتها بين عامة الناس وبالتالي تقل قيمة ومكانة العلامة الدعائية والترويجية.

في حين عدم القدرة المطلقة على السيطرة على العلامة الدعائية والترويجية بسبب التأثيرات الخارجية، والتصميم الذكي، والدعاية والإعلان، والتسويق، واقتراح وعرض الخدمة، والثقافة التنظيمية - على سبيل المثال لا الحصر؛ يمكن أن يساعد بسهولة في تكوين ارتباطات في أذهان الناس من شأنها أن تساهم في تحقيق أهداف إدارة المعلومات المكانية المتكاملة.

تقوم العلامة الدعائية والترويجية على أساس: إيصال الفكرة المحورية المركزية؛ قيمتها؛ رؤيتها؛ صفاتها الفريدة في حل الاقتراحات والمشاكل؛ والبساطة.

تساعد المفاهيم والرسومات والمصطلحات الموحدة في تقديم " العلامة الدعائية والترويجية المكانية". (أ)

يجب الارتقاء بالعلامة الدعائية والترويجية الواضحة وتطويرها من أجل دعم أهداف الرسائل الاستراتيجية. تعتبر مواصفات هذه العلامات الدعائية والترويجية هي الأساس التي حققت أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر المرجوة، وما تمثله هذه الأهداف، فعالة للغاية.

تطور مؤسسة إدارة المعلومات المكانية المتكاملة علامتها الدعائية والترويجية الخاصة وسبل الاعتراف بها والتعرف إليها. تُركز على دور المعلومات المكانية في العصر الرقمي وكيف أن هذه المعلومات تعتبر جزء لا يتجزأ من الوظائف الحكومية ذات الكفاءة والفعالية العالية على أصعدتها المختلفة والتغيرات التحويلية المتمكنة والمرئية والمستدامة. الجزء ١: ينقل هذا الإطار الاستراتيجي الشامل عبر بيانات الرؤية البرنامج ورسالته، سبعة (٧) مبادئ أساسية، ثمانية (٨) أهداف، تسعة (٩) مسارات استراتيجية وكلها تتوافق مع الخطط الاستراتيجية القومية إلى القيادة العالمية. هذا يعتبر في حد ذاته علامة دعائية وترويجية للجغرافية المكانية العالمية. وهو يُدعم إجراء حوار ومحادثات والمشاركة مع صانعي وواضعي السياسات حيث يتم تطوير السياسات والخطط الاستراتيجية المكانية كما يُعزز حالة البيانات المكانية واتخاذ القرار القائم على تحديد الموقع. كما يجب أن تُراعي استراتيجية مشاركة المستخدمين وأصحاب المصلحة حول كيفية الاستفادة من التوثيق العالمي ووضع العلامات الدعائية والترويجية مؤسسة إدارة المعلومات المكانية المتكاملة.

### ٩, ٦, ٨ أهداف ورسائل استراتيجية

سيكون من الأفضل اتباع الطرق المتبعة في الأهداف والرسائل الاستراتيجية في عملية التواصل والمشاركة الفعالة. نظرًا لأن الشعارات والعبارات الترويجية المتداولة في الدعاية والإعلانات، فلذا يمكن الحصول على نفس التأثير والنتائج عند تطبيق الأهداف والرسائل الاستراتيجية على مؤسسة إدارة المعلومات المكانية المتكاملة عندما التفكير في تطبيقها أو صياغتها. ومن الرسائل والأهداف الاستراتيجية الأكثر استخدامًا في المعلومات المكانية هي أن مثل هذه المعلومات يتم جمعها مرة واستخدامها عدة مرات" والتي تعني أنه القيمة القصوى من وراء جمع هذه المعلومات المكانية يمكن أن يكون سعرها باهظ و/أو مهدرة ومضبغة للوقت) ولكن في حالة استخدامها عدة مرات من خلال أكبر عدد من المستخدمين فسيكون سعرها مقبول ومعقول. كما أنه يوضح الحفاظ على الموارد النادرة من خلال وجود تطبيقات متعددة ويمكن استخدامها مجددًا من قبل الجهد الفردية.

هناك شعار آخر قد تم اقتباسه من قول نانسي توستا وهو أن "كل شيء يمكن تداركه والقيام به في المكان والوقت المحدد" ويعد ذلك مبدأ لتوجيه المجتمع الجغرافي المكاني من حيث التركيز على أهمية الموقع والمعلومات المستندة تحديد الموقع وقيمة ودلالة الموقع كعامل رئيسي وحجر الأساس يمكن من خلاله دمج جميع المعلومات الأخرى. يركز الإطار المتكامل للمعلومات المكانية على معلومات الموقع التي يتم دمجها مع أي بيانات أخرى تتعلق بحل المشكلات المجتمعية والبيئية وتعمل كعامل لتعزيز النمو الاقتصادي واستغلال الفرص وفهم العناصر الأساسية لتنمية المجتمع وأهداف التنمية المستدامة والاستفادة منها.

يمكن التعرف على الأهداف الاستراتيجية وتحقيقها وربطها بالمجتمع المكانية بسهولة مما يؤدي إلى تعزيز إدارة المعلومات المكانية. تعمل الأهداف الاستراتيجية المدروسة والمحددة بدقة على رفع مستوى تحقيق جهود التواصل والمشاركة الفعالة، مما يوفر إمكانية التواصل وملكية وإدارة المعلومات المكانية.

"كل شيء بعد ذلك سيكون على ما يرام"

نانسي توستا، ٢٠٠١.

"المعلومات المكانية هي العنصر الحاسم في البنية التحتية القومية واقتصاد المعرفة. أ

مخطط لما يحدث وأين، ووسائل دمج مجموعة متنوعة من الخدمات الحكومية "

الاستراتيجية الشاملة لمؤسسة المعلومات الجغرافية الدولية الإطار ٢٠١٨.

تم نشر مقال في مجلة عالم الكمبيوتر (Computerworld) مجلة تجارية رائدة في صناعة معالجة البيانات بتاريخ يونيو ٢٠٠١ حول نظم المعلومات الجغرافية (GIS): "أكثر من مجرد خطة"

<https://www.computerworld.com/article/٢٥٨٢٥٩٥/gis--more-than-just-a-map.html>

## ٩, ٦, ٩ استراتيجية طرق التواصل

استراتيجية التواصل هي  
عناصر فردية متكاملة  
توضح طرق التواصل  
لتحقيق الأهداف المكانية  
المحددة

استراتيجية التواصل تشتمل على عناصر فردية متكاملة توضح طرق التواصل لتحقيق الأهداف المكانية المحددة على سبيل المثال، خطة العمل على مستوى الدولة انظر (التخطيط الاستراتيجي رقم ١). تعمل على استراتيجية التواصل على تحقيق المستوى الاستراتيجي وتنص على ما يلي

- طبيعة الصعوبات المترتبة عن إدارة المعلومات المكانية.
- الاعتبارات الرئيسية في مواجهة هذا التحدي.
- الاختيارات التي تم إجراؤها؛
- الدوافع والأسباب الرئيسية لاتخاذ تلك القرارات (على وجه الخصوص مراعاة المتطلبات الرئيسية أصحاب المصلحة)
- أهداف طرق التواصل.
- المصادر، و
- ومعايير التقييم.

تختلف الأهداف الاستراتيجية عن الخطة حيث أنها تشتمل على نقاط أكثر تفصيلاً وتناقش وجهة نظر طويلة المدى وتتجنب الأنشطة الفردية أو أصحاب المصلحة. يتطلب تنفيذ بعض الإجراءات السابقة تقديم التوجيهات حول "ما هي خطة التواصل" و"الغرض منها" و "الجهات التي تشملهم الخطة" يمكنهم إعداد الخطة التفصيلية.

تراعي الأهداف الاستراتيجية تلبية المتطلبات المختلفة والاهتمامات والدوافع لكلاً من المنظمات والسلطات ومستويات الحكومة والشركات وأصحاب المصلحة

مثال لنموذج تحليل متطلبات أصحاب المصلحة وطرق التواصل

على النحو الموضح بالملحق ٩, ٤.



## ٩, ٦, ١٠ خطة التواصل

يتم وضع خطة الاتصال  
بهدف الحفاظ على  
تعزيز طرق ووسائل  
التواصل مع أصحاب  
المصلحة

توضح طرق التواصل الاستراتيجية توجيهات حول "ما هي خطة التواصل" و "الغرض منها" و "الجهات التي تشملهم هذه الخطة" كما تركز على هذه الأهداف لتوضيح "متى" و"كيف" يمكن تقديم خطة التواصل الاستراتيجية واستخدام المعلومات التي تم احصائها أثناء تحديد متطلبات أصحاب المصلحة وتحليلها. وتشمل الخطة ما يلي:

- مدى تأثير أصحاب المصلحة الذي يترتب على اجراء تغييرات في إدارة المعلومات المكانية على المستوى القومي (تأثير ضعيف أو متوسط أو كبير). ينبغي أيضاً معرفة سبب التأثير المحدد على المستوى القومي.
- مدى تأثير مساعي المساهمة والتطور المبدولة من قبل أصحاب المصلحة على إحداث تغيير للمضي قدما (تأثير ضعيف أو متوسط أو كبير) ولماذا.

- ما هي مصادر المعلومات المكانية التي يهتم بها بأصحاب المصلحة وما هي الأهداف اللازمة لتحقيق فهم أفضل في حالة تلبية المتطلبات الأساسية المشتركة والدوافع الأساسية. تتطلع اتجاهات الأمم المتحدة لإدارة المعلومات المكانية وتعزيز المشاركة الفعالة مع أصحاب المصلحة التي تسعى لتحقيق التقدم مستقبلاً.
  - كيف يمكن للجهات المعنية (المستثمرين) المساهمة في تعزيز إدارة المعلومات المكانية. ومن خلال ذلك تلعب دورًا في تحقيق التعاون بين أصحاب المصلحة.
  - هل يمكن للجهات المعنية عرقلة اجراء عملية التغييرات أو التعديلات أم لا. لذا يجب أخذ هذا الأمر في عين الاعتبار بما في ذلك السياسات المتبعة حيث يشكل أهمية فارقة وتأثيرًا ملحوظًا.
  - تهدف استراتيجية طرق التواصل مع أصحاب المصلحة إلى تعزيز مشاركة أصحاب المصلحة على سبيل المثال المشاركة في مرحلة تطوير السياسة أو مرحلة تغيير/ تعديل سياسة جديدة. بالإضافة إلى فهم وتلبية متطلبات أصحاب المصلحة، وتشتمل خطة التواصل أيضًا على المعلومات المتعلقة بإمكانية تطبيق خطة التواصل بشكل فعال. لذا يجب مراعاة المعلومات التالية:
  - تحديد الالتزامات والمسؤوليات بأهداف خطة التواصل.
  - تحديد متطلبات الميزانية مثل عقد ندوات ومؤتمرات بالإضافة إلى توفير استشاريين في مجال التسويق والاتصالات والتوظيف وموارد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأمور متنوعة مثل جميع الأدوات المكتبية وخدمات البريد وما إل ذلك.
  - وضع خطة لطرق التواصل. حيث يساعد ذلك في تجنب حدوث تعارض أو تضارب في طرق التواصل وقد يتطلب الاستعانة ببعض الموارد الإضافية المؤقتة.
  - تطوير محتوى خطة التواصل بما في ذلك الأهداف الاستراتيجية.
  - تحديد طرق ووسائل إدارة المخاطر المتعلقة بمشاركة أصحاب المصلحة والمستخدمين على سبيل المثال مثل استخدام أساليب التواصل المختلفة بما يتماشى مع التنوع الثقافي.
  - معلومات التواصل الخاصة بأصحاب المصلحة وصلتهم بالمنظمة إذا أمكن ذكر ذلك- مما يفتح السبيل للتواصل مع أصحاب المصلحة بصورة أكثر فاعلية.
  - وتشمل بعض من الممارسات والمشاركات الجيدة اعتماد خطة التواصل رسميًا كطريقة للتواصل مع أصحاب المصلحة وإخبارهم بما يمكن توقعه.
- لإعداد خطط تواصل فعالة ينبغي أن تكون الخطط قابلة للتغيير حسب الظروف والمواقف. يجب الأخذ في الاعتبار القدرة على الاستفادة من الفرص واستثمارها عند وضع خطة التواصل والقدرة على التواصل من خلال إلقاء الضوء على أهمية المعلومات المكانية وإمكانية استخدامها عند وقت الحاجة "بدلاً من محاولة بطرق أخرى يترتب عليها ضياع الفرصة".



يمكن المساهمة أحياناً في عرض الأحداث الرئيسية والمحورية وأثارها السلبية وفرصاً لتوضيح أهمية المعلومات المكانية التي تعتمد على الموقع لمدينة أو منطقة أو دولة. على سبيل المثال، أحوال الطقس المتغيرة أو الكوارث الطبيعية أو احصاء حشد كبير أو حدث رياضي أو تحديد السياسات الحكومية الجديدة أو أهداف القطاع الحكومي للحصول على مشاريع تمويل دولية. استخدام "الخطط والخرائط" هي وسيلة لتصوير وتحديد المواقف وتقييمها ومعرفة الآثار السلبية في الوقت الفعلي حيث تُعد وسيلة تواصل فعالة.

مثال على ذلك، تشتمل خطة تواصل على أهداف وطرق للتواصل مع أصحاب المصلحة المنصوص عليها في الملحق ٩، ٥.



## ٩، ٦، ١١ طرق ووسائل التواصل

تشمل طرق التواصل والمشاركة مجموعة من الأنشطة والوسائل. يعتمد تحديد الطريقة المناسبة للتواصل والمشاركة تبعاً للموقف.

تشتمل طرق التواصل والمشاركة الفعالة على تطبيق مجموعة من الأنشطة والوسائل من أجل زيادة الوعي وتعزيز الفهم وتبادل المعلومات وابداء الرأي والتشاورات بهدف تحقيق مشاركة فعالة واجراء المناقشات والمشاريع التعاونية. تلقي هذه المشاركة الضوء على مستوى المخاطر والآثار الناتجة عن التغيير في طريقة إدارة المعلومات المكانية. يختلف تحديد الطريقة المناسبة لتطبيق وسائل التواصل والمشاركة الفعالة وفقاً للموقف والفرص المتاحة والوقت المتوفر والمهارات الموجودة في داخل الفريق وحدود الميزانية المسموح بها.

لا يمكن الجزم بصحة طريقة محددة لتحقيق التواصل والمشاركة الفعالة. بل تعتبر كل طريقة سلاح ذو حدين لها مزايا وقيود ويترتب عليها بعض المخاطر. ولكن من المهم اختيار الطريقة الأكثر فاعلية والأكثر ملاءمة بناءً على الظروف والموقف. يتم عرض طرق التواصل المختلفة التي يتم تحديدها وفقاً لهدف معين اعتماداً على مستوى التأثير والفائدة المترتبة عليها في (الشكل ٦،٩) بالملحق ٩، ٦ بغرض التوضيح. يوضح الشكل ٩، ٦ مدى ارتباط هذه الأهداف بمستوى التأثير على أصحاب المصلحة والفائدة المترتبة من ذلك.

عادةً ما يتم تصنيف طرق التواصل وفقاً للهدف – حسب أغراض استخدام تلك الطرق الموضحة كما يلي:

- لغرض المعلومات فقط؛
- لغرض اجراء مشاورات.
- تهدف إلى مشاركة أصحاب المصلحة كجزء لا يتجزأ من عملية التنمية؛
- لغرض إنشاء وترسيخ شراكات تعاونية؛
- لغرض تمكين أصحاب المصلحة أصحاب المصلحة من اتخاذ قرارات فعالة.

تم تحديد هذه المجموعات استناداً إلى القيم والتوصيات الأساسية المقررة من قبل الرابطة الدولية للمشاركة العامة المجتمعية المعروفة اختصاراً بـ (IAP٢) للحصول على مزيد من المعلومات يمكنك الاطلاع على عبر الموقع التالي: - public-participation-IAP٢ USA / IAP٢ / www.slideshare.net/spectrum



الشكل التوضيحي رقم ٦,٩: تحديد ومعرفة أصحاب المصلحة –  
يتم تعيين أصحاب المصلحة بما يتناسب مع متطلبات أهداف التواصل.

يتم توضيح ذلك من خلال مثال على طرق التواصل بالملحق ٦,٩.

مثال توضيحي لطرق التواصل - مزايا ومساوئ  
طرق التواصل شائعة الاستخدام بالملحق ٧,٩.



رصد ومتابعة التقدم



### ١٢,٦,٩ المراجعة والتقييم

تشمل عملية المراجعة والتقييم المتابعة المنتظمة للمهام التي تم إنجازها بغرض تحقيق أهداف التواصل والمشاركة الفعالة. تحدد عملية المتابعة والتقييم مؤشرات فاعلية طرق التواصل وآليات تنفيذها والإعلان عنها (مثل طريقة الاعلان من خلال إشارات المرور ودليل الإنجاز وما إلى ذلك) والعرض عن طريق الاقتراحات والتعليقات. تتطلب عملية المراجعة والتقييم الالتزام للتأكد بانتظام من الطريقة الاستراتيجية المتبعة والخطط والوسائل والأساليب. تشمل عملية المراجعة والتقييم أيضًا تعزيز انشاء ثقافة الحوار المفتوح للنقاش في أمر خارج أهداف مجموعة الأنشطة المخطط لها. تساعد معرفة وتوقع حدوث المشكلات القدرة على التحكم في التأثير الناجم عنها كما توفر الوقت لاقتراح خيارات لتخفيف حدة المشكلات وتجنبها.

ينبغي لعملية المراجعة والتقييم أن تقوم بما يلي:

- تحديد الأشخاص والمجموعات والمنظمات التي يتعين مشاركتها لتقديم استراتيجية طرق التواصل والمشاركة الفعالة والالتزام بتطبيقها.
- توفير طرق ووسائل وإجراءات للتقييم والتقييم وإعداد التقارير.

تقوم عملية المراجعة  
والتقييم بتحديد مدى فاعلية  
مشاركات أصحاب  
المصلحة كما توفر  
الفرصة بشأن إعادة النظر  
في ممارسات المشاركة  
وأجراء تعديلات عليها.

- السماح بخوض تجربة المشاركة والاستفادة من نقاط القوة (والضعف) بهدف تحقيق التواصل والمشاركة الفعالة.
- استخدام مؤشرات القوة وعوامل النجاح لمتابعة وتقييم مدى فاعلية تطبيق المشاركة وآثار ذلك. يمكن معرفة مدى نجاح طرق التواصل والمشاركة من خلال تحديد نسبة تحقيق الأهداف المرجوة لطرق التواصل والمشاركة الفعالة أو التأثير المترتب على الأهداف التي تم تطويرها وتعديلها.
- يشير مستوى تحقيق الأهداف إلى التأكد من تطبيق الخطة للأهداف المرجوة لطرق التواصل والمشاركة الفعالة. إذا لم يتم تحقيق الأهداف المرجوة قد يتطلب الأمر اتخاذ بعض الإجراءات لتعديل مسار الخطة نحو تحقيق الأهداف. من الجدير بالذكر مراعاة العوامل المساعدة والظروف التي قد تعيق تحقيق الأهداف والتي قد يترتب عليها عدم تحقيق الهدف أو تعديله.

تعد عملية المراجعة والتقييم الفعالة أيضاً وسيلة لتقديم الملاحظات والاطلاع عليها واقتراح طرق ووسائل (الممارسات الجيدة) لتحقيق المشاركة الجيدة وعرض الدروس المستفادة وخطة تقييم مدى تحقيق الأهداف. يجب أن تشمل خطة التقييم على نقاط المراجعة وسهولة تعديل الأهداف والرسائل الاستراتيجية واستراتيجية التواصل وخطة وطرق التواصل إذا لزم الأمر.

الخطوة الأولى في عملية التقييم هي تحديد ما يجب تقييمه. على سبيل المثال، يمكن تقييم مدى فاعلية ونجاح مشاركة أصحاب المصلحة والمستخدمين إذا كان هناك زيادة في الوعي والدعم والمبادرة لاستخدام والاستفادة من المعلومات المكانية. من الخطوات الفعالة التي تساعد على نجاح المشاركة إنشاء قاعدة بيانات أساسية خاصة بأصحاب المصلحة. يشار إلى هذه العملية باسم " قياس الأداء ومدى تحقيق الأهداف (المقارنة المرجعية)" ويمكن تنفيذ ذلك من خلال خطوات عديدة.

يمكن من خلال عملية المراجعة والتقييم تحديد أساليب ووسائل لإدارة المخاطر المتعلقة بمشاركة أصحاب المصلحة. على سبيل المثال، يمكن ملاحظة عدم مشاركة أصحاب المصلحة في تحديد سياسة إدارة المعلومات المكانية وتطويرها. ويرجع السبب وراء ذلك أنهم قد يواجهون صعوبة في التعامل مع الحكومة وقد أثر ذلك على قدرتهم على المشاركة في المبادرة بشكل فعال.

قد يكون من الضروري العمل مع أصحاب المصلحة وتكثيف الجهود لزيادة مشاركتهم أو تقديم نماذج مشاركة مختلفة أو معدلة إليهم. يصعب معرفة الأساليب والوسائل التي تساهم في تحقيق مشاركة فعالة دون القيام بعملية المراجعة والتقييم، وكذلك تحديد هل يتطلب إجراء تعديلات على الخطة أم لا.

مثال على عملية المراجعة والتقييم - " طرق قياس الأداء ومدى تحقيق الأهداف"  
يتم توضيحه بالملحق ٩، ٨.



### ٩، ٦، ١٣ استبيانات أصحاب المصلحة

استبيانات أصحاب المصلحة هو وسيلة فعالة لمعرفة وجهات نظر وتطلعات وأهداف أصحاب المصلحة من أجل تحديد موضوعات معينة ذات صلة بإدارة المعلومات المكانية المتكاملة. يمكن تعقب أصحاب المصلحة في مجالات معينة للتعرف على آرائهم ومعرفة إدراكهم وسلوكهم بشكل أفضل. يمكن أيضاً

استبيانات أصحاب  
المصلحة هو وسيلة فعالة  
لمعرفة وتحديد موضوعات  
معينة ذات صلة بإدارة  
المعلومات المكانية  
المتكاملة.

استخدام الاستبيانات لصالح التنظيم من أجل معرفة وفهم آراء وتعليقات أصحاب المصلحة بشأن المنتجات أو الخدمات النهائية المقدمة أو بشأن فاعلية "العلامة الدعائية والترويجية للمعلومات المكانية" أو الرسائل الاستراتيجية والأهداف المراد توصيلها. يمكن أن تشمل موضوعات الاستبيان على الوصول للمعلومات ومحتوى البيانات وجودة واستخدام ومدى سهولة التعامل مع البيانات والشؤون القانونية مثل الترخيص وإعادة استخدام البيانات.

ستقوم نتائج الاستبيان بالمساعدة في فهم ومعرفة احتياجات وأولويات أصحاب المصلحة وكيفية التعامل مع المجموعات المختلفة بالشكل الأمثل. على سبيل المثال، قد تنشأ المشاكل المتعلقة بالوصول للبيانات بالنسبة للوكالات الحكومية من نقص تقنيات مشاركة البيانات، بينما بالنسبة للشركات الخاصة والأفراد، فقد تتعلق مشاكل الوصول بعدم معرفة البيانات التي يمكن توفرها و/أو مكان وجودها.

يمكن إيجاد صعوبة، أثناء التنفيذ الواضح والمباشر للاستبيان، في وضع أسئلة تساعد على الحصول على بيانات دقيقة ومفيدة من خلال إجاباتها. من الجدير بالاهتمام، وضع اختبار لعينة من أصحاب المصلحة من أجل قياس فاعلية الأسئلة قبل إرسالها إلى عدد أكبر من أصحاب المصلحة. يجب أن تستهدف الأسئلة معرفة ماهية الأشياء والغرض منها وكيفية وزمن حدوثها (الأسئلة بأدوات الاستفهام: ماذا-لماذا- كيف- متى) عند الاستبيان عن موضوع معين.

يجب وضع مجموعة أهداف واضحة المعالم عند بدء وتحضير استبيان أصحاب المصلحة، بما في ذلك استبيان تقييم مدى رضا أصحاب المصلحة. الخطوة التالية هي اختيار أداة الاستبيان، ووضع خطة لتنفيذ الاستبيان، ثم البدء في تنفيذ الخطة.

#### أهمية وقيمة التواصل

٦

### ٩، ٦، ١٤ تحليل فوائد ومزايا تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية (IGIF).

يعد مسألة إرساء قواعد الإدراك والمعرفة اللازمة لدعم طرق التواصل والمشاركة الجيدة الفعالة والاعتماد على مجموعة ثابتة من الحقائق أحد المسائل الجوهرية التي لا غنى عنها في عملية المشاركة الجيدة مع واضعي السياسات. حيث يمكن إدراج مفهوم الإدراك والمعرفة داخل وخارج أي منظمة أو بلد.

سيتوفر عديد من المواد المستمدة من تحليل فوائد ومميزات تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية (IGIF). الفوائد والمزايا المحددة والمدرجة في مسار التخطيط الاستراتيجي ٣: ستعمل الأدلة المالية والأدلة الداعمة على إرساء قواعد الإدراك والمعرفة شأنها شأن استخدام الحالات الأخرى المحددة في الدولة أو على المستوى الدولي. من الأهمية بمكان، إخبار الجمهور بمزايا ومنافع المعلومات المكانية وبأنها قد حققت النتائج المرجوة. ينجح هذا الإجراء المُتبع مع منظمات المعلومات المكانية الوطنية في حالات نادرة. واتضح أهمية الاستفادة والتعلم من تجارب ونجاحات البلدان الأخرى في هذا الإجراء.

وبالمثل، تُبرز خطابات الدعم والتأييد أو الثناء والشكر الموجهة إلى منظمات المعلومات المكانية الوطنية، من أجل تحقيق نتائج ملحوظة للسياسات الوطنية، فوائد ومزايا تنفيذ الإطار المتكامل للمعلومات المكانية (IGIF) على مستوى الدولة. تبقى بعض المزايا والمنافع مجهولة (غير معلومة)، ولا سيما تلك المعنية بالسياسة. ستساعد العلاقات وثيقة الصلة مع المنظمات الحكومية الأخرى على إدراك هذه المزايا والمنافع بشكل أفضل. ومع ذلك،

نحرص على زيادة  
المعرفة والاستفادة من  
الخبرات والدروس  
المستفادة من التجارب  
السابقة بهدف تعزيز ودعم  
التعامل والمشاركة مع  
واضعي السياسات.

لا يزال يتعين علينا إجراء تحليل للمزايا والمنافع الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والسياسية، ولا سيما في حالة وجود استثمارات ضخمة في برنامج المعلومات المكانية لأحد البلدان.

تساهم نتائج عمليات تقييم التأثير الاجتماعي والاقتصادي للإدارة المتكاملة للمعلومات المكانية (انظر مسار التخطيط الاستراتيجي: ٣) في الأهداف والرسائل الاستراتيجية وتدعم مشاركة أصحاب المصلحة والمستخدمين، لا سيما عندما يكون من الممكن إبلاغ الجمهور والتواصل معهم بطريقة فعالة بشأن هذه المنافع والمزايا الاجتماعية والاقتصادية، بما في ذلك عبر القنوات الإعلامية.

### ٩, ٦, ١٥ الخبرات والدروس المستفادة من التجارب السابقة

يمكن النظر إلى توثيق  
الدروس المستفادة  
باعتبارها موارد لا تقدر  
بثمن كاستراتيجيات  
فعالة لطرق التواصل  
والمشاركة الجيدة.

يمكن النظر إلى توثيق الدروس المستفادة باعتبارها موارد لا تقدر بثمن، حيث تتكرر استراتيجيات طرق التواصل والمشاركة الجيدة والفعالة وتتماشى مع المواقف والأوقات المتغيرة. يجب أن تشكل الإجابات على الاستبيانات الخاصة بأصحاب المصلحة على المستوى الوطني، سواء كانت ردود إيجابية أو سلبية، جزءاً من مجموعة الدروس المستفادة، إلى جانب وثائق ومستندات مثل الاتجاهات المستقبلية للأمم المتحدة في إدارة المعلومات المكانية.

تعد حالات الاستخدام التي تبرهن على إحراز المزايا والمنافع في الدولة ذات فائدة خاصة؛ حيث ستروج العديد من المنظمات على مستوى العالم لهذه المزايا والمنافع عبر الإنترنت. يوفر إطار عملية المتابعة والمراقبة والتقييم الفعالة أيضاً سبباً لتسجيل التعليقات والممارسات الجيدة والدروس المستفادة وحفظها. يمكن أن يكون مفهوم مجموعة "الدروس المستفادة" افتراضياً. الهدف هو توفير مصدر مرجعي للمواد التي يمكن أن تدعم الاستراتيجية والخطط والنظم المتبعة.

انظر الإجراءات المترابطة المعنية بخطة تحقيق المزايا والمنافع (مسار التخطيط الاستراتيجي: ٣) - و عملية تقييم التأثير الاجتماعي والاقتصادي (مسار التخطيط الاستراتيجي: ٣).



## ٩, ٧ المهام التي تم إنجازها من المشروع (منجزات المشروع)

تعد قائمة المهام التي تم إنجازها من المشروع (منجزات المشروع) المدرجة أدناه هي عادة نتيجة لاستكمال الإجراءات المتبعة في هذا المسار التخطيطي الاستراتيجي. قد ظهر أنهم عوامل أساسية من عوامل النجاح في تحقيق الإطار المتكامل للمعلومات المكانية. تشمل الأمثلة ما يلي:

- استراتيجية مشاركة المستخدمين وأصحاب المصلحة؛
- قائمة لتحديد أصحاب المصلحة وبيانات التواصل الخاصة بهم؛
- فريق الإرشاد والتوجيه المعني بطرق التواصل والمشاركة الجيدة؛
- تقديم تقرير بشأن عملية التحليل الخاصة بأصحاب المصلحة؛
- نسخة من برنامج السياسات والقواعد؛
- "العلامة الدعائية والترويجية للمعلومات المكانية" والأهداف والرسائل الاستراتيجية المصممة خصيصاً لتمكين أصحاب المصلحة والمستخدمين من استخدام طرق التواصل والمشاركة الجيدة؛
- استراتيجية تواصل تقدم سرداً واحداً متماسكاً يصف حلول تساعد (برامج) طرق التواصل؛

- خطة تواصل تحدد الأنظمة المتبعة في عملية المشاركة الجيدة والموارد المخصصة وتطوير الحملات بما في ذلك قسم التواصل الداخلي و
- خطة عمليات المراجعة والتقييم بما في ذلك الاستبيانات الخاصة بأصحاب المصلحة والأهداف المرجوة.

## ٨,٩ النتائج

ينتج عن تعزيز ودعم عملية مشاركة أصحاب المصلحة والمستخدمين والرسائل والأهداف الاستراتيجية واستراتيجية طرق التواصل الحديثة والخطط والأنظمة المتبعة وعملية المراقبة والمتابعة والتقييم المستمر لتطوير طرق التواصل والمشاركة الجيدة من أجل إدارة المعلومات المكانية المتكاملة:

- يشارك أصحاب المصلحة والمستخدمون في عملية تعزيز الإدارة المتكاملة للمعلومات المكانية.
- تتزايد مستويات الإدراك والمعرفة المعنية بالمعلومات المكانية داخل جميع مستويات القطاع الحكومي وعلى مستوى قطاعات الصناعة.
- تتزايد مستويات استخدام المعلومات المكانية داخل جميع مستويات القطاع الحكومي والقطاع الخاص والمجتمع ككل.
- تتزايد مستويات الثقة لدى المجتمع في المعلومات المكانية التي تقدمها الجهات الحكومية وفي اعتماد المجتمع على استخدام هذه المعلومات.
- تتزايد مستويات الشفافية وتتوفر وسائل أكثر وضوحًا وانفتاحًا وتبسيطًا في التعامل مع القطاع الحكومي.
- تتزايد فرص المشاركة الجيدة للمعلومات مع القطاع الحكومي وترتفع مستويات المساهمة والتأثير في سياسة الحكومة وعملياتها.
- تتزايد فرص توافر الأعمال التجارية لكل من القطاع الحكومي والقطاع الخاص من خلال زيادة الوعي وتشجيع الأنشطة الحكومية وتوفير احتياجات المستخدمين.
- تحدث تغيرات إيجابية في علاقات العمل التجارية بين القطاع الحكومي والصناعي ينتج عنه تعاون ملحوظ يؤدي إلى تحقيق إنجازات ضخمة.

## ٩,٩ المصادر

يتوفر العديد من أنشطة التواصل والمشاركة الجيدة كجزء من برنامج عمل لجنة الأمم المتحدة للخبراء المعنية بإدارة المعلومات المكانية العالمية ويتم تنفيذها من خلال وسائل عدة تقوم بها اللجنة الفرعية والخبراء ومجموعات العمل التابعة للجنة الخبراء. تتعدد أصحاب المصلحة في هذه المبادرات والأنشطة عند تحقيق النتائج والمهام التي تم إنجازها من المشروع (منجزات المشروع).



وقد نتج عن طبيعة العمل الشاملة والتشاركية تلك تطوير وإعداد عدد من المهام التي يتم إنجازها من المشروع (منجزات المشروع) والمنشورات التي تكون ذات فائدة ونفع عند التصدي ومعالجة التحديات التي تواجه طرق التواصل والمشاركة الجيدة الخاصة بأصحاب المصلحة والمستخدمين وتؤثر على إدارة المعلومات المكانية. ويشمل ذلك:

- فريق عمل مكون من مجموعة من الخبراء معني بإدارة الأراضي وتنظيمها: حيث يلعب دورًا بارزًا على مستوى صناعة السياسات من خلال نشر ورفع التوعية السياسية وتشجيع هذه الأفكار (تأييدها) وإبراز أهمية الحاجة إلى وجود صناع القرار في عملية إدارة الأراضي وتنظيمها في الوقت وبالكيفية المناسبة التي تفي بالأغراض المطلوبة.
- فريق عمل معني بالأطر القانونية والأطر الخاصة بالسياسات من أجل إدارة المعلومات المكانية: حيث يلعب دورًا بارزًا على مستوى صناعة السياسات من خلال التوعية السياسية وتشجيع هذه الأفكار (تأييدها) وإبراز أهمية الأطر القانونية والأطر الخاصة بالسياسات من أجل إدارة المعلومات المكانية على مستوى رفيع لتعزيز التنمية والابتكار واستهلاك وإنتاج وتوزيع المعلومات المكانية أثناء التغيير السريع للمعايير والأعراف الاجتماعية للوصول إلى كمية هائلة من البيانات وأنواع أخرى من المعلومات.
- فريق العمل المعني بالمعلومات المكانية البحرية: حيث يلعب دورًا بارزًا على مستوى صناعة السياسات من خلال التوعية السياسية وتشجيع هذه الأفكار (تأييدها) وتسليط الضوء على أهمية المعلومات المكانية البحرية الموثوقة والملائمة لغرض توفير الدعم في الوقت المناسب من أجل تيسير ودعم الإدارة العامة والتنظيم والحوكمة المعنية بالبيئة البحرية.
- الاتجاهات المستقبلية للجنة الأمم المتحدة للخبراء المعنية بإدارة المعلومات المكانية العالمية (UN-GGIM) بشأن إدارة المعلومات المكانية: حيث تلعب دورًا ملحوظًا في مراعاة كيفية احتمال تغيير العناصر الرئيسية لإدارة المعلومات المكانية خلال فترة زمنية تتراوح من خمس إلى عشر سنوات. يستخدم هذا بانتظام كدليل في أنشطة المشاركة الجيدة.

## ٩, ١٠ المراجع

(الرابطة الدولية للمشاركة المجتمعية (IAP٢) . ٢٠٠٧. مجموعة المشاركة المجتمعية للرابطة الدولية للمشاركة المجتمعية [عبر الإنترنت]

الرياضة والترفيه نيوزيلندا . (٢٠١٩) تأسيس طرق تواصل بين أصحاب المصلحة. متاحة على الرابط التالي:  
[https://www.sportbop.co.nz/downloads/٣,٤.\\_Creating\\_a\\_Stakeholder\\_Communications\\_Plan.pdf](https://www.sportbop.co.nz/downloads/٣,٤._Creating_a_Stakeholder_Communications_Plan.pdf). Accessed January ٢٠١٩.

الإرشادات والمبادئ التوجيهية الخاصة بخدمة التواصل الحكومي في المملكة المتحدة المعني بكتابة استراتيجية طرق التواصل. متاحة على الرابط التالي:

<https://gcs.civilservice.gov.uk/guidance/campaigns/guide-to-campaignplanning/#>